Studies in Canadian Export Opportunities in the U.S. Market

Processed Pork

External Affairs Canada
Affaires extérieures Canada
Canada

STUDIES IN CANADIAN EXPORT OPPORTUNITIES IN THE U.S. MARKET

PORK AND PROCESSED MEAT

JULY 1989

PEAT MARWICK CONSULTING GROUP
OTTAWA

89-06390/

For additional copies please write or call:

Info Export (BTCE)
The Department of External Affairs
125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario
K1A 0G2

1-800-267-8376

Ottawa: (613) 993-6435

© Minister of Supply and Services Canada 1988

Cat. No. E73-7/66-1988

ISBN 0-662-56039-6

External Affairs Canada Affaires extérieures Canada

The information provided in this report was prepared by Peat Marwick Consulting Group for the Department of External Affairs. As such, the analysis and conclusions in this report are those of Peat Marwick and not of the Department of External Affairs.

Peat Marwick Consulting Group and the Department of External Affairs advise that this report should not be relied upon as the sole representation of the future prospects of any opportunities that are pursued. Each company must rely upon its own inspection and investigation in order to satisfy itself as to the extent of the opportunity and the credentials of the buyer. Nevertheless, the Department of External Affairs is prepared to offer individual counselling and advice to companies wishing to pursue opportunities arising out of either these studies or other market development opportunities.

STUDIES IN CANADIAN EXPORT OPPORTUNITIES IN THE U.S. MARKET

PORK AND PROCESSED MEAT

TABLE OF CONTENTS

	Page
EXECUTIVE SUMMARY	1
I - STUDY OBJECTIVES	3
II - CONCLUSIONS OF THE PEAT MARWICK STUDY	4
III - U.S. IMPORTS OF PORK AND PROCESSED MEATS	6
Sector Definition	6
U.S. Imports 1982-87	7
U.S. Industry Outlook	11
IV - MARKET STUDY	15
Survey of U.S. Importers	15
Survey of U.S. Associations	18
V - BACKGROUND	20
Study Approach	21

APPENDICES

Appendix 1	- U.S. Importers Seeking Sources of Supply for Specific Products	25
Appendix 2	- U.S. Importers Generally Seeking Sources of Supply	33
Appendix 3	- 1987 U.S. Imports of Pork and Processed Meats (Schedule A 13.0, 14.2 and 14.8)	41
Appendix 4	- 1987 U.S. Imports of Selected Pork and Processed Meats from Western Europe by Country	47
Appendix 5	- U.S. Fresh Pork Production and Consumption	49
Appendix 6	- U.S. Federally Inspected Ham Production and Imports of Canned Hams and Shoulders	51
Appendix 7	- 1982-1987 U.S. Imports of Selected Pork and Processed Meats by Weight	53
Appendix 8	- North American Hog and Pork Markets	59
Appendix 9	- Marketing Guidelines for New Exporters	61
Appendix 10	- Current U.S. Tariffs on Canadian Meat Products and Schedule for their Removal Under the Free Trade Agreement	63
Appendix 11	- 1982-1987 U.S. Exports and Imports of Selected Meat Products	67
Appendix 12	- Selected U.S. Meat Products Processed Under Federal Inspection	69
Appendix 13	- Selected Canadian Exports to the United States	71
Appendix 14	- Countries of Origin and Respondents' Level of Satisfaction	73
Appendix 15	- U.S. Industry Trade Fairs and Publications	75
Appendix 16	- Canadian Government Trade Contacts in Canada and the United States	77

EXECUTIVE SUMMARY

This report addresses one of approximately 80 sectors reviewed as part of a broadly-based study commissioned by the U.S. Trade, Tourism and Investment Development Bureau of the Department of External Affairs. The objective of this study is to provide a preliminary indication of potential opportunities for the expansion of Canadian exports into the United States. The findings in each report are based on an analysis of U.S. trade statistics and a limited survey of U.S. importers and trade associations from a broad cross-section of the U.S. industry.

The purpose of each report is to assist Canadian companies in identifying potential export opportunities that may justify further investigation. While the reports do not provide analyses of Canadian export industries or their international competitiveness, they do provide other kinds of information that should be useful. For example, each report provides information on individual companies that have indicated an interest in new sources of supply, some of which are quite specific. Information on U.S. import market size and shares and on industry publications and trade fairs that the companies surveyed felt were most useful is also provided. As such, individual reports in the series should be of particular interest to small and medium-sized Canadian companies that either are not yet exporting or that would like to increase their level of exports to the United States.

Pork and processed meat, as part of the meat industry, were the sectors examined during the study. The value of U.S. shipments of meat and meat products, including poultry, surpassed $69.7 billion (U.S.) for 1987. But the United States also imported more than $532 million (U.S.) worth of pork and processed meats, with 52% of it coming from developed countries. Canned hams and shoulders accounted for 86% of these imports. As the trend towards a larger volume of imports continues to grow and the European share of this market declines, Canada has the opportunity to increase its sales in this industry.

A survey of U.S. importers of pork and processed meat products, which were of concern to this report, was conducted to determine the effects of the devaluation of the U.S. dollar on imports from major developed countries and potential opportunities for Canadian manufacturers to replace these imports. (A depreciation of the U.S. dollar against the Canadian dollar would also affect U.S. purchases of Canadian pork and processed meat products). Some of the respondents to the survey felt (43.3%) that the devaluation of the U.S. dollar had increased the cost of their imported

products from European sources. Even though almost an equal number of U.S. importers (46.7% of respondents) reported no change in their import costs, the majority were interested in learning about Canadian manufacturers as potential sources of supply.

The U.S. importers surveyed indicated a preference to receive information on products from Canadian firms either through brochures or personal contact by the company or by receiving industry publications. The key considerations in importing the Canadian product were price, quality, the need for a supplement to domestic supply and, in many cases, continuity of supply.

The U.S. industry associations surveyed noted the ability of Canadian producers to offer good quality products. Consequently, they regard the Canadian industry as a competitive one, especially as hog prices in the two countries, which impact directly on finished product costs, tend to move in parallel when all factors including currency differentials, freight, and duty are taken into consideration.

I - STUDY OBJECTIVES

This report is one of a series covering approximately 80 manufacturing sectors commissioned by the U.S. Trade, Tourism and Investment Development Bureau of the Department of External Affairs and written by Peat Marwick. The series is designed to provide a preliminary indication of Canadian export opportunities in the United States that may now exist as a result of the rising cost of offshore imports. The information provided about the nature and size of the U.S. import market, as well as leads and marketing intelligence, should help Canadian companies to determine whether further investigation of opportunities is justified and, if so, to begin such followup. The reports are likely to be of particular interest to small and medium-sized Canadian companies that either are not exporting or would like to increase their exports to the United States.

Each sector report identifies the major products imported into the United States from developed countries, explores the effect that the devaluation of the U.S. dollar has had on the price of these imports and indicates which of these products might provide Canadian suppliers with increased export opportunities in the United States. The U.S. Department of Commerce's segmentation of statistics, upon which the review of U.S. imports is based, does not always correspond to the traditional definitions of product sectors in Canada. In a few reports, therefore, there are some differences between the products discussed in the report and those commonly included within that sector. Definitions of what products are covered in each report are, however, provided in all cases so that such differences can be identified and taken into account.

The report also identifies some initial export leads for Canadian manufacturers, lists trade fairs and industry publications favoured by U.S. importers, examines the U.S. importers' perceptions of the impact of a Free Trade Agreement between Canada and the United States on their purchases of Canadian products and provides the relevant tariff tables outlining the implementation stages of the Free Trade Agreement. Analysis of Canadian export industries or international competitiveness was outside the scope of these reports. For specific information on export marketing of their product, Canadian companies are invited to contact the U.S. Trade, Tourism, and Investment Development Bureau or the appropriate Canadian Trade Commissioner in the United States (addresses in final appendix).

II - CONCLUSIONS OF THE PEAT MARWICK STUDY

The U.S. meat industry is composed of two sectors: red meat (beef and pork) and poultry. This study of the meat industry concentrates on pork and processed meat products including canned hams, cured and smoked pork products, sausage products of various types and some miscellaneous canned meats.

In 1987 the U.S. red meat industry (excluding poultry products) exported more than $2.8 billion (U.S.) of meat products. This figure includes fancy meats, hides and inedible tallow. Hides and tallows accounted for 58.6% to 67.3% of the major red meat industry export categories during the years 1982 to 1987. At the same time, U.S. red meat industry imports have risen steadily from $1.9 billion (U.S.) in 1982 to $3 billion (U.S.) in 1987. Canada's share of U.S. imports of fresh and fresh, frozen pork has fallen from 96.4% in 1982 to 72.9% in 1987. This has been partly due to increased exports of pork from Western European countries and also to the export of live hogs from Canada for slaughter in the United States.

A substantial number of U.S. importers of the products under review (43.3%) reported that the devaluation of the U.S. dollar had increased the cost of their imports. A slightly larger number (46.7%) stated that the devaluation had had little or no effect on the costs of their imported products. However, less than half of the importers surveyed had tried Canadian sources. In addition, 46 of the 53 respondents were interested in receiving information on Canadian products and would like Canadian manufacturers to know that they are interested in Canadian sources of supply.

Of the companies interviewed, the decision to source outside of the United States has been based equally (65.5% of respondents) on price, quality and the use of imported products as a supplement to their domestic supply. Just over one third of the respondents imported because the product was not available on the domestic market. A large majority of these importers (82.6%) stated that there were no barriers to sourcing from Canada. Consequently, there was a positive response to learning about Canadian companies. There is a strong preference for dealing with Canadian companies through brochures or personal contacts or receiving information on Canadian companies and products via industry publications. The U.S. associations indicated that Canada is perceived as a source of good quality products and, therefore, a viable competitor.

Some specific opportunities have been uncovered during the course of the survey of U.S. importers. These included products which are not the focus of this study but have been included in this report for information only. Sources of supply are currently being sought for canned and fresh ham; fresh/frozen pork and processed ham; pork trimmings; 17-20 pound pork loins; wieners and sausages; fresh pork bellies, boneless ham and 90% lean boneless beef. Information on companies desiring these goods is found in Appendix 1. Also, a list of those companies who are generally interested in knowing more about Canadian sources of supply of processed pork products has been compiled in Appendix 2.

The Department of External Affairs recommends that Canadian firms should consult the Canadian Trade Commissioner located closest to each company being considered for contact prior to doing so in order to obtain advice, assistance and further company information. Canadian government contacts in Canada and the United States are provided in Appendix 16.

III - U.S. IMPORTS OF PORK AND PROCESSED MEATS

This chapter provides information on recent levels and trends of U.S. imports and a summary of short-term prospects for this sector. Where there are differences in sector definitions between these sources, or between them and definitions generally used in Canada, such differences are noted, along with any known implications. In order to improve the usefulness of the information, a definition of which products within the sector are being reported on, and how they were selected, is also provided.

SECTOR DEFINITION

The products discussed in this report were selected on the basis of the customs value of U.S. imports from Europe and Canada, as reported by the U.S. Department of Commerce (USDOC). The sector definitions used by USDOC effectively defined the products available for inclusion in this report. The selection of products was achieved by first screening all the USDOC broad product groupings, as expressed in 4-digit codes (e.g., meat and meat products, prepared or preserved, nspf* [Schedule A 14.8]). Where combined imports from Europe and Canada were significant, the list of products was further refined at the more detailed and specific 7-digit level (e.g., hams and shoulders, pork, prepared or preserved, boned and cooked and in airtight containers [Schedule A 148020]).

Appendix 3 displays 1987 U.S. imports of all 7-digit products or product groups belonging to the 4-digit categories selected for this report. The initial selection of products or product groups was based on a minimum $80 million (U.S.) of 1986 imports into the United States from Japan, Western Europe and Canada. Following consultation with industry and government officials with expertise in the Pork and Processed Meats sectors, other products and product groups which did not meet the above criteria were included where there appeared to be significant commercial interest. Some products and product groups were deleted because there was insufficient commercial interest. Further details on this selection process are provided in Chapter V, Background. Due to refinements of sector definitions and other adjustments, there may be some differences between figures in this report and those in the Overview report published in June 1988. In such cases, the numbers in this report take precedence.

---

* not specifically provided for

On the basis of the above process, and bearing in mind that many product groupings with less than $80 million (U.S.) annual import value are of major interest to the smaller Canadian companies engaged in the production of processed meats, the following products and product groups were selected for discussion in this report:

- Hams and shoulders, prepared or preserved, not boned, cooked or in airtight containers (Schedule A 0130020)
- Bacon, pork, not boned and cooked and packed in airtight containers (Schedule A 0130040)
- Pork, nspf, prepared and preserved, not boned, cooked or packed in airtight containers (Schedule A 0130060)
- Sausages, pork (Schedule A 0142025)
- Sausages, beef (Schedule A 0142045)
- Sausages, except pork and beef (Schedule A 0142060)
- Hams and shoulders, pork, prepared or preserved, boned and cooked and in airtight containers (Schedule A 0148020)
- Bacon, pork, boned and cooked and packed in airtight containers (Schedule A 0148030)
- Pork, nspf, prepared or preserved, boned and cooked and packed in airtight containers (Schedule A 0148040)

U.S. IMPORTS 1982-87

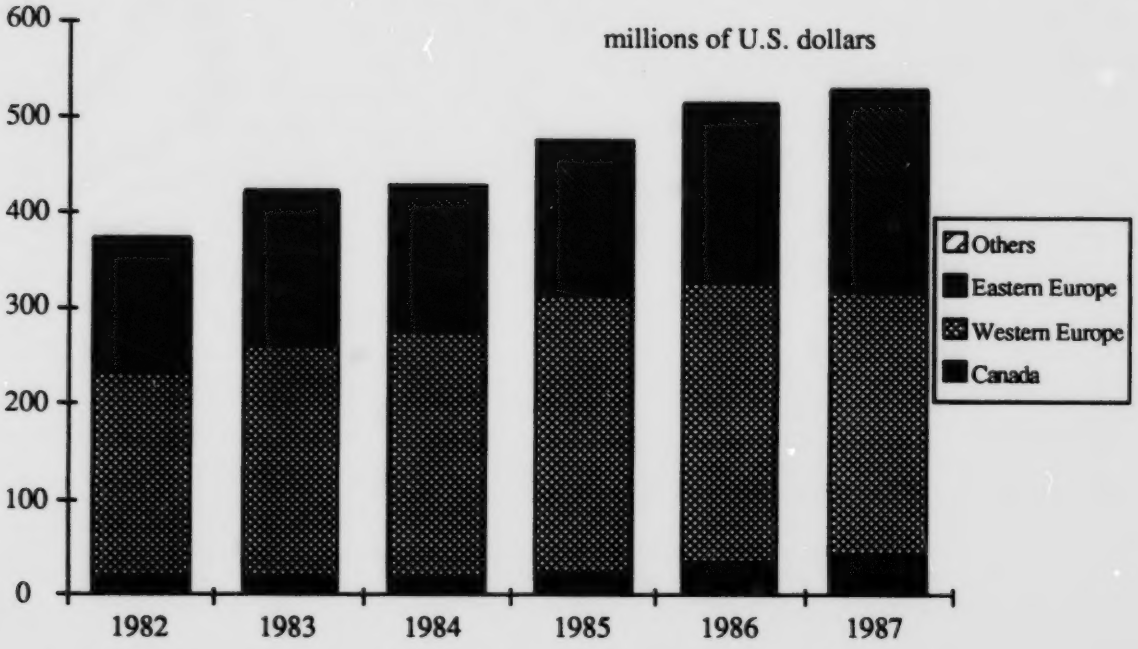
Appendix 4 illustrates 1987 U.S. imports of each of these product groups from Western Europe by country. Western Europe accounted for 51.7% of the $531.6 million (U.S.) of imports into the United States in 1987. The major supplier was Denmark with 45% of total U.S. imports in 1987.

Chart 1, overleaf, summarizes U.S. imports of these product groups for the years 1982 to 1987 inclusive. Total U.S. imports in the groups studied rose from $374.7 million (U.S.) in 1982 to $531.6 million (U.S.) in 1987, an average annual growth rate of 7.3%. In 1982, product originating from Western European countries accounted for 58.2% of all imports in these groups, Denmark alone being responsible for 82% of the shipments from Western Europe. By 1987,

Western Europe's share of total U.S. imports for these products had fallen to 51.7%. At the same time Canada's share of imports for the nine product groups of interest has risen from 4.4% in 1982 to 7.9% in 1987.

CHART 1

TOTAL U.S. IMPORTS OF SELECTED PORK AND PROCESSED MEATS



Source: *U.S. General Imports and Imports for Consumption*, U.S. Department of Commerce.

While Canada's market share is small in relation to those of both Western and Eastern European countries, it must be emphasized that hams and shoulders, prepared and preserved, in airtight containers, (Schedule A 0148020) accounted for 86.1% of total 1987 U.S. imports of the nine product groups under consideration. A fairly large percentage of these ham and shoulder imports was for one to three pound consumer sized canned hams, where Canadian processors cannot compete. European processors have a distinct competitive advantage with the economies of scale and large volume delivery capability gained from their significantly larger production facilities.

To evaluate the potential of the U.S. market for prospective Canadian exporters of pork and processed meats it is important to relate the level of U.S. imports to the total market for these commodities. This is a difficult exercise due to the looseness of nomenclature for the various categories of product under review and the discrepancies between Canadian and U.S. export/import statistics. Nevertheless, some indications of U.S. market size and imports by product group can be determined. It must be borne in mind that any figures are, at best, close approximations. As the meat industry tends to evaluate production and markets by weight rather than dollar value, this evaluation deals with weight only.

For the years 1982 to 1987 inclusive, U.S. imports of fresh and fresh, frozen pork increased from 612 million pounds to 1.2 billion pounds annually. At the same time these imports accounted for an increasing percentage of domestic consumption of pork, rising from 4.2% in 1982 to 7.8% in 1987. (See Appendix 5.)

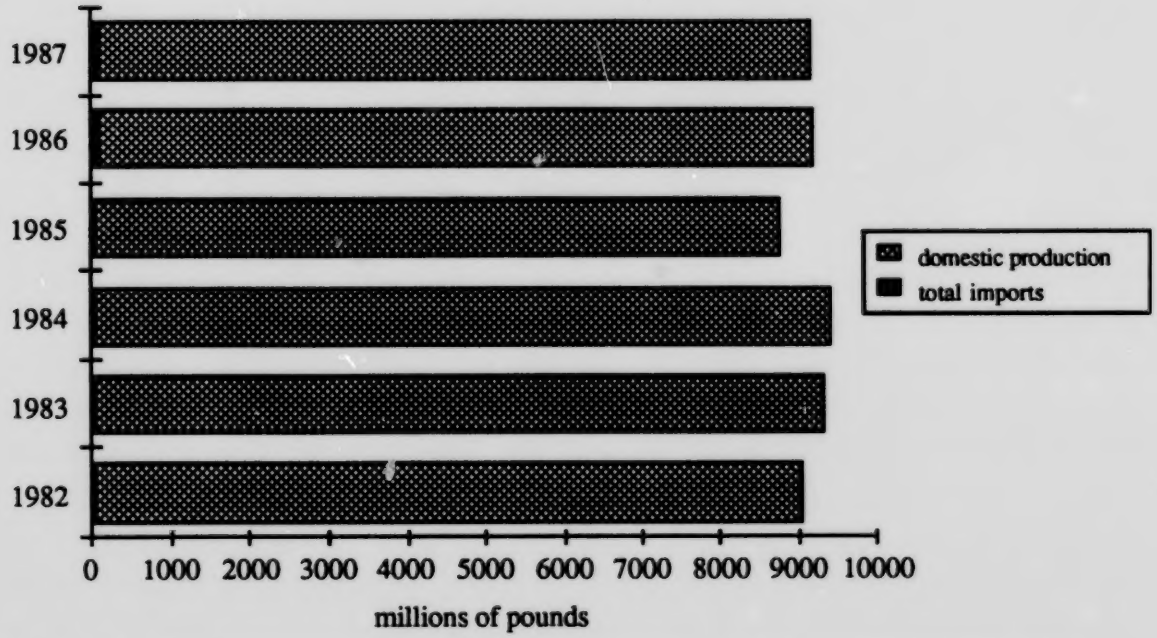
In 1982, imports of canned hams and shoulders, which includes product in airtight containers other than cans, amounted to 206.2 million pounds, compared to 194 million pounds of domestic canned production. Domestic production figures do not include product other than canned. In 1987 the respective figures were 299.9 million pounds and 105.3 million pounds. (See Appendix 6.) During this same period, production of smoked dried or cured hams (which includes cooked) rose from 1.66 billion pounds to 1.74 billion pounds. Thus there was an apparent increase of some 81.1 million pounds in the market size during the period for all types of ham.

U.S. imports of canned hams and shoulders are made up of both small consumer pack sizes and large sizes for slicing. However, the statistics are not available to determine the relative sizes of these two markets. While Canadian processors are generally unable to compete with European producers in the production of the one to three pound sizes, there is no reason to believe that they cannot capture a share of the large slicing ham market, either canned or in vacuum packed plastic containers. In fact, some Canadian firms have already done so.

It is much more difficult to relate imports of the other processed meat categories to U.S. production of these products. However, Chart 2, below, shows the imports of selected processed meat products as a total (excluding hams and shoulders) relative to total U.S. domestic production of these same products. Appendix 7 illustrates imports for each of the nine product groups.

CHART 2

U.S. DOMESTIC PRODUCTION AND IMPORTS OF SELECTED PORK AND PROCESSED MEATS



Sources: *U.S. General Imports and Imports for Consumption,* U.S. Department of Commerce
1988 U.S. Industrial Outlook, U.S. Department of Commerce

As Chart 2 illustrates, over the period under review, imports for the eight other product groups (excluding canned hams and shoulders) have risen from 23.9 to 62.4 million pounds or $374.7 million (U.S.) to $531.6 million (U.S.). In spite of this, they represent only a small percentage of U.S. production, although that percentage has increased two and one half times. At the same time, Canada's share of these imports has risen from 28.8% to 36.4% of the total. It would seem that some Canadian exporters may have developed a niche for themselves in the market and that there is opportunity for others to do likewise. The possibility exists that the United States may impose more stringent controls on imports from Western Europe as a result of the current international disagreements on agricultural product trade, and Canadian exporters could benefit from this.

Additional marketing information on the relationship between Canadian and U.S. prices for pork cuts is provided in Appendix 8. Guidelines for new Canadian exporters are presented in Appendix 9.

Since U.S. tariffs and non-tariffs on Canadian pork or processed meats are either nonexistent or minimal, an elimination of tariffs through the Free Trade Agreement will have little impact on the industry. Fresh and fresh frozen pork is already traded duty free, while processed meat products carry a duty of 2.2¢/kg. A listing of tariffs is found in Appendix 10.

U.S. INDUSTRY OUTLOOK

This section is based on the *1988 U.S. Industrial Outlook* published by the USDOC. This information provides a general forecast of short-term prospects and gives an indication of expected trends and developments in the U.S. processed pork sector. While such information may be of interest, readers should proceed with caution in utilizing the data for the following reasons.

Firstly, although the USDOC is the source of both the "U.S. Imports 1982-87" (summarized above) and the "U.S. Industry Outlook", two different systems of product classification are used. Differences may not be obvious. In some cases, slightly different titles reflect very similar sets of products; in others, similar titles for sectors or product groups encompass a slightly different mix of products. Thus the market forecasts in the "U.S. Industry Outlook" section may cover a slightly different mix of products than the rest of this report.

Secondly, while most sections of the "U.S. Industry Outlook" address the entire sector, others address specific products or product groups. Forecasts made at both levels should be assessed carefully, as they may differ significantly from the prospects of any individual product included within them. It is therefore recommended that outlook data be used only as a general indication of sectoral prospects in the near term.

The face of the meat industry is changing as red meat producers lose a part of their market share to poultry producers. The production and shipment of red meat products have been adversely affected by several factors. A growing concern for health and diet coupled with poultry producers' introduction of "value-added" products forced poultry consumption up 7.9%, beef consumption down 4.3%, while pork consumption remained unchanged in 1987. Although poultry prices increased 9% due to a stronger demand, red meat prices increased even more for beef and pork (10.4% and 14.6% respectively) due to limited supplies.

In 1987 the value of U.S. exports increased 17% over 1986 for poultry products, but only 10% for red meat products. U.S. domestic red meat production hit its lowest level since 1979, and imports soared 22% (primarily boneless beef and fresh pork). This caused the United States to negotiate voluntary restraint agreements with all of its major suppliers of beef in order to avoid imposing import quotas. Australia, Canada, New Zealand and Denmark are the major suppliers of beef, while Canada and Denmark are the major suppliers of fresh and fresh, frozen pork. These countries accounted for 77% of 1987 U.S. red meat imports.

Total U.S. meat imports have risen steadily from $1.9 billion (U.S.) in 1982 to reach over $3 billion (U.S.) in 1987. Exports of the U.S. meat industry have also risen during this period to reach $2.8 billion (U.S.) in 1987. It must be noted that while imports are chiefly made up of beef, pork and processed meats, inedible tallows and hides have accounted for 58% to 67% of export values of red meat industry products during the past few years. (See Table 1 of Appendix 11.) Canada's share of U.S. imports of fresh and fresh, frozen pork has fallen from 96.4% in 1982 to 72.9% in 1987 (See Table 2 of Appendix 11). Western European countries have gained market share. Increased exports of fresh and fresh, frozen pork from Western Europe have been caused by hog production in the EEC greatly exceeding pork demand and consumption. An additional factor behind Canada's market share decline has been the export of live hogs from Canada for slaughter in the United States, thus reducing the pork cuts market available to Canadian processors for exporters.

It is important to relate U.S. imports and exports of meat and meat products to U.S. domestic production and consumption trends. Appendix 12 gives the breakdown of selected U.S. federally inspected processed meat production for the years 1981 to 1987 in the product categories which should be of interest to Canadian exporters.

During the period under review, production of smoked, dried or cooked pork products has remained relatively static at close to 4 billion pounds, and that of sausage products at about 5 billion pounds. Canned ham and luncheon meat production has steadily declined. In general, production of the various miscellaneous canned meat/sausage items has also declined. The decrease in domestic production has been largely offset by increased imports of these products, chiefly from European sources, either the EEC or Communist block countries. Quality and price have played a large part in the shift from domestic to imported product.

During this same period, Canadian exports to the United States of products in these categories have also increased dramatically. Appendix 13 shows Canadian exports to the United States for the years 1984 to 1987, inclusive, for both fresh and fresh, frozen pork and processed meat products. Products listed in CITC codes 13-23, 13-24 and 13-29 include both cured and cured and smoked product. While the Canadian exports of processed product represent only a small fraction of the total imports, there are niches to be found in the market for specialized high quality products. With the growing trade conflict between the United States and the EEC, there is reason to believe that Canadian exporters can successfully increase their share of the U.S. market.

In the short term, the USDOC expects beef production and consumption to decline and that of pork and poultry to increase. While consumption in the beef industry is expected to continue its decline over the next five years, industry profits will increase through product innovation ("value-added" products) and the closing of inefficient plants. The USDOC forecasts an annual increase in the value of meat shipments of 1.4%-2.3% and a doubling of exports by 1992, as Pacific Rim markets become more accessible.

This chapter has provided a definition of the products included within the scope of this report, the criteria used for their selection and a summary of U.S. imports of those products for 1982-87. Where available, a short-term outlook for the corresponding U.S. industry has also been provided. As this report is intended only to provide a sectoral overview and an indication of the opportunities

that may exist for increased Canadian exports, individual readers are strongly encouraged to conduct more in-depth research on any potential opportunities identified.

Users of this report who are interested in undertaking further research into specific markets are also encouraged to contact any of the Canadian Government Trade Development offices listed in the final Appendix to this report to determine what assistance may be available to them.

IV - MARKET STUDY

SURVEY OF U.S. IMPORTERS

The U.S. importers of processed pork interviewed were selected from a variety of sources, including the report provided by the *Journal of Commerce Piers Port Import/Export Reporting Service*. This report contained three months of 1987 shipping data and ranked importers from major developed countries by volume of imports. This list was supplemented by information provided by External Affairs' posts in the United States and by lists from trade associations and numerous industry publications.

As noted earlier, this series of reports on Canadian export opportunities in the United States covers approximately 80 product sectors. When the final reports are completed, over 4,000 interviews will have been carried out with U.S. companies. The number of interviews conducted for each sector varies from 30 to over 100 and is dependent on the level of concentration in the industry and the diversity of products within each sector. For this report on pork and processed meat, 53 questionnaires were completed.

Interview Results

For the 53 respondents interviewed, Table 1, below, illustrates the number importing each product and those that consider that product major for their operations.

Table 1

Number of Respondents

Product	Importing each Product	Reporting Product as Major Import
Fresh/Fresh Frozen:		
Hams	10	10
Shoulders	13	8
Butts	7	3
Picnics	2	
Backs	5	
Loins	1	
Bellies	14	7
Ribs	7	
Trimmings	3	3
Cured Pork Products		
Processed:		
Bacon	2	2
Canned:		
Hams	16	14
Shoulders	10	8
Butts	1	
Backs	1	
Bacon	2	
Luncheon Meat	1	

Table 2, below, illustrates the major exporting countries supplying the U.S. importers surveyed, the number of respondents supplied by each country and the overall level of satisfaction of the importers with their suppliers. A more detailed presentation of these results for all countries supplying products to the respondents is provided in Appendix 14.

Table 2

	No. of Respondents	Level of Satisfaction (Max. = 5.0)
Denmark	20	4.3
Canada	11	4.9
Yugoslavia	9	4.0
Poland	6	4.0
Sweden	6	4.8
Holland	3	4.3
Australia	3	5.0

The results of the survey showed that the majority of the respondents were satisfied with their suppliers while a few were dissatisfied with inconsistent shipments, unstable prices and poor quality. The reasons given for purchasing from current suppliers included:

- supplementary supply for domestic sources (65.5% of respondents);
- lower prices (65.5% of respondents);
- superior quality (65.5% of respondents);
- not available in the United States (37.9% of respondents).

While less than half of all respondents interviewed (43.3%) reported that the devaluation of the U.S. dollar against many currencies had increased the cost of their imports, more (46.7%) felt that it had no impact on import costs. Only 45.3% of the respondents had used Canadian suppliers, but 91.7% of these were satisfied with them. Furthermore, most of those who have not tried Canadian products are interested in receiving more information about them. The majority of respondents (82.6%) reported no barriers to trade with Canadian firms. However a few expressed concerns about border regulations and delivery capability. Only a small number of those who had never tried Canadian products expressed a lack of interest in hearing more about Canadian companies and the products available. The following reasons were given for their lack of interest:

- the company is satisfied with domestic sources;
- union regulations or legal requirements compel the company to use domestic sources;
- the company is only a small operation servicing its community;
- quality.

The overwhelming majority (84.8%) of U.S. importers responding to the survey were interested in receiving information on Canadian companies and their products, primarily through brochures sent directly from the companies. Whereas many companies responded favourably to Canadian firms contacting them personally, few expressed an interest in obtaining information through trade fairs.

While one-quarter of the companies surveyed based their purchasing decisions on information provided by industry publications, personal contacts and distributors also influenced this decision. The publications most frequently read are *National Provisioner Yellow Sheet/Provisioner*, *Meat Processing* and *Meat and Poultry*. The trade fairs most widely attended are the American Meat Institute Annual Convention in Chicago and alternate years in other major U.S. cities and the "Deli/Dairy Fair" in New York.

In response to the question of the effect on their purchasing policy of a Free Trade Agreement between Canada and the United States, less than one third of U.S. importers contacted reported that their purchases from Canada would most likely increase. Whereas 34.8% of the respondents had not yet ascertained the impact of such an agreement, over a third (37%) did not expect the Agreement to affect their volume of purchase.

While 84.8% of the respondents are interested, in general, in hearing from Canadian companies about available products, seven U.S. importers are currently seeking sources of supply for specific products. The firms are listed in Appendix 1.

A listing of U.S. importers who are interested in Canadian sources of supply of processed pork in general is found in Appendix 2.

SURVEY OF U.S. ASSOCIATIONS

U.S. associations were contacted in order to supplement information provided by individual importers and to provide an industry perspective on trade in the processed pork industry. The associations contacted and their mandates are as follows:

- United States Meat Export Federation (USMEF) is involved in the promotion of red meat (including beef, pork and lamb) overseas;
- American Meat Institute (AMI) is a representative for meat packers, manufacturers, processors and suppliers and conducts research into various areas such as marketing and industrial education;
- National Pork Producers Council (NPPC), representing over 100,000 hog farmers, is the largest trade association for hog producers.

We obtained the following information from our interviews with these associations:

- market trends and forecasts for the industry;
- the effect of the devalued U.S. dollar on trade in processed pork in the United States;
- information regarding major industry trade shows;
- information regarding major industry publications;
- the potential effect on the industry of the Canada-U.S. Free Trade Agreement;
- perceived strengths and weaknesses of the Canadian industry.

Interview Results

The associations' projections for industry growth are varied. The USMEF anticipates a positive industry outlook growth because of a recent agreement between Japan and the United States, while the other associations forecast no growth due to higher prices resulting from decreasing pork supplies and the uncertain impact of the lower value of the dollar.

Relatively uninformed about the Canada-U.S. Free Trade Agreement, the associations' speculations about the possible effects of such an agreement on trade between these two countries were vague. In addition, most associations perceive the Canadian industry as competitive with its U.S. counterpart. The NPPC, in particular, noted that Canadians offer good quality products.

The following trade fairs were listed as being the most important for these U.S. industry associations: "ANUGA", "FOODEX", "SIAL", "American Convention of Meat Processors", "National Barrow Show", "National Association of Animal Breeders", "Keystone International Livestock Exposition", and "World Pork Expo". Further information on these trade shows, together with names of relevant industry publications provided by the associations are listed in Appendix 15. It should be noted that several of these trade fairs relate only to livestock production.

V - BACKGROUND

Several years ago, the United States was incurring modest trade deficits which were offset by more than $140 billion (U.S.) in payments from abroad on U.S. foreign investments. The U.S. budget was usually in deficit, but this was again more than offset by domestic savings. The net effect was a positive current account balance.

As the U.S. economy picked up steam after the 1981-82 recession, demand rose faster than output. Imports increased drastically to fill the gap. By the end of 1983, the trade deficit had ballooned to nearly $69 billion (U.S.). These events continued into 1985 resulting in a trade deficit of $148 billion (U.S.). The federal budget deficit more than doubled as a share of GNP, and savings fell to record lows.

Under this pressure, the U.S. dollar began to lose value on the international exchange market. By the end of 1987, the U.S. dollar lost 48% of its value against the Japanese yen, 48% against the German mark, 44% against the Danish krona, 43% against the French franc and 39% against the Italian lira. In fact, the U.S. dollar had fallen against all major western industrialized countries except Canada. By the end of 1987, the trade deficit reached a record $171 billion (U.S.), as import prices rose faster than the fall in import volumes.

The 1988 third quarter figures show the value of U.S. currency stabilizing relative to most western industrialized countries. The past currency adjustments are only slowly being translated into changes in trade patterns. Exporters to the United States who were able to pare their profits for many months have been forced to raise prices. No immediate changes were reflected in the trade figures, as the dollar volumes were maintained while the unit volumes dropped.

The 1988 trade deficit estimates ($125 billion [U.S.]) suggest that the realignment of currencies is finally having the desired effect. Stubbornly high imports seem to be responding to the weaker U.S. dollar. However, some analysts believe that the U.S. dollar must fall further in order to get the trade deficit below the $100 (U.S.) billion level.

While the Canadian dollar has strengthened recently against the U.S. dollar, its value, for the most part, has moved in parallel with the value of the U.S. dollar relative to other international currencies. These developments should help stimulate two-way trade between Canada and the

United States. The increased value of developed country currencies against North American currencies should increase the opportunities for Canadian manufacturers and service suppliers to sell into the United States, and likewise for U.S. manufacturers and service industries to sell into Canada.

STUDY APPROACH

The overall study approach for analyzing the opportunities for Canadian suppliers to replace European and Japanese imports into the United States started at a fairly high level of product aggregation for all U.S. imports. Through the application of selection criteria, the focus of the analysis was progressively narrowed to those opportunities at the lowest available level of product disaggregation that would most likely result in increased Canadian exports into the U.S. market. The progression also involved moving from the identification of such opportunities, using statistical analysis, to substantiating the opportunities through interviews with representatives of U.S. purchasers of imports from developed countries.

In determining export opportunities for Canadian suppliers, U.S. import statistics were assembled for the years 1981 through to 1985. A five-year time period was chosen in order to distinguish between "established" import markets and "temporary" import markets. Where imports of European and Japanese goods into the United States have had sustained volumes over a period of several years, it is less likely that these imports represent a short-term phenomenon or that U.S. purchasers would be able to quickly change their sourcing to domestic suppliers. For the initial screening, U.S. Schedule A import statistics were compiled at the 4-digit level.

All U.S. imports (at the 4-digit level) from developed countries with import values exceeding one million dollars (U.S.) were identified for the selected years and placed in descending order of value. From this list, the U.S. Trade, Tourism and Investment Development Bureau initially chose 26 for further analysis. Each commodity was broken down into a finer level of classification, the 7-digit level, and an investigation made to determine whether there existed any Canadian firms that produced similar products and could pursue the opportunities which may be uncovered. The expansion of the Schedule A codes from the 4-digit level to the 7-digit level was fairly straightforward, and a listing of these commodities and their import customs value was prepared for 1986. The Canadian firms were identified by accessing the Department of External Affairs' WIN database. This computerized database, accessible at all major posts abroad, contains

information on Canadian manufacturers and the products they produce. It should be noted that although the WIN database is not yet complete, it is sufficiently advanced for the purposes of this study.

From this list, those products or product groupings having combined Japanese, European and Canadian imports of over $80 million (U.S.) in 1986 were identified for further analysis. Following consultation with industry and government officials with expertise in each sector, other products and product groups which did not meet the above criteria were added to the sector where there appeared to be significant commercial interest to have them included. Some products and product groups were deleted because there was insufficient commercial interest in them.

The next stage in the analysis was to identify major U.S. importers of the commodities selected, to develop a questionnaire and to interview the importers. A questionnaire was designed to determine, for each company contacted:

- What were the major products being imported?
- What were the countries of origin of these imports? What was their level of satisfaction with each of their suppliers?
- Why were domestic products not used?
- What effect did the devaluation of the U.S. dollar have on the price of the imports?
- Were Canadian sources ever used? If so, were they satisfied with Canadian suppliers?
- Would the company be interested in knowing more about Canadian sources of supply?
- How would they like to receive information from Canadian suppliers? What information sources do they use to make purchasing decisions?
- Are there any seasonal patterns in purchasing?
- Do the companies face barriers to sourcing from Canada?
- Will a Free Trade Agreement between Canada and the United States affect their purchasing policy?

Telephone interviews were conducted with major importers and, when requested, questionnaires were mailed out.

It was recognized that there were a variety of reasons why, in certain situations, the rise in price of imported goods would not translate into significant opportunities for Canadians to export into the U.S. market. These included:

- Other attributes of the commodity outweigh considerations of price, i.e., quality, design, etc.;
- The commodity is an input into a final product, and the value of the input relative to the final product is minimal;
- A long-term supply relationship has been established between the U.S. purchaser and current exporters whereby the U.S. customer relies on the exporter's proven ability to respond quickly to needed changes;
- The U.S. purchaser is a captive customer of the parent company;
- The U.S. purchaser is restricted by licence from buying other suppliers' goods;
- Domestic sourcing is a viable option;
- The imported commodity is a luxury good with relatively non-price-sensitive demand.

Therefore, the questionnaire was also designed to determine the extent to which these and other factors may restrict the opportunities identified by the statistical analysis.

Following the importer survey, U.S. associations representing the industry were interviewed to obtain information on a sectoral basis. These associations provided information on:

- The market trends for the industry;
- The effect of the devaluation of the U.S. dollar on the industry;
- The potential effect of Free Trade on Canada-U.S. trade for the industry;
- Their opinion of the strengths and weaknesses of the Canadian industry.

The results of all these steps were summarized in a draft report for each sector and submitted for review to an industry expert, the relevant Canadian industry association(s) and the ISTC official responsible for the sector.

APPENDIX 1

U.S. IMPORTERS SEEKING SOURCES OF SUPPLY FOR SPECIFIC PRODUCTS

Name:	Bernard Bowman
Address:	P.O. Box 601 Scarsdale, NY 10583 U.S.A.
Contact:	Mr. Mosley Pillon, President
Telephone:	914-723-3700
Fax:	914-723-5952

- Imports canned ham and canned processed pork (weight of 7 lbs. and more) from Denmark and Holland.
- Obtains information from manufacturers and distributors to aid in purchasing decisions.
- Has never tried Canadian products.
- Prefers to be contacted by the Canadian firm via brochures and/or personal contact.
- Actively seeking sources of supply for canned and fresh ham.

Name:	C&F Packing Company
Address:	1350 Greenleaf Elk Grove Village, IL 60007 U.S.A.
Contact:	Mr. Gerry Freda, Purchasing Manager
Telephone:	312-228-6300

- Imports frozen pork bellies and cured processed pork (in weight of 5-6 lbs.) from Denmark.
- Not completely satisfied with Canadian sources.
- Prefers to be contacted by the Canadian firm by brochures, industry publications and/or to visit the Canadian company and its facilities.
- Reads National Provisioner, Meat Industry, and Meat and Poultry.
- Actively seeking sources of supply for fresh pork trimmings.

Name:	Circle T. Foods
Address:	4560 Leston Dallas, TX 75247 U.S.A.
Contact:	Ms. Kim McCawley, Purchasing Manager
Telephone:	214-630-1500
Fax:	214-630-6971

- Not presently importing any products.
- Has never tried Canadian products.
- Prefers to be contacted by the Canadian firm via brochures.
- Actively seeking sources of supply for wieners and sausages.

Name:	Danish Food International
Address:	2809 East 44 Street, Suite 4 Los Angeles, CA 90058 U.S.A.
Contact:	Mr. Peter Christianson, President/Owner
Telephone:	213-582-2882
Fax:	213-588-6626

- Imports frozen and cooked pork shoulders and pork butts, frozen pork bellies, cured processed pork and cooked ham (all in weights of 10 lbs. and over) from Denmark, Poland and Yugoslavia.
- Not satisfied with present suppliers due to price fluctuations and unreliable shipments of pork products.
- Obtains information from distributors and industry publications to aid in purchasing decisions.
- Has been satisfied with Canadian products.
- Prefers to be contacted by the Canadian firm via brochures, industry publications and/or personal contact by the company, a manufacturer's representative or a distributor.
- Reads *National Provisioner*.
- Actively seeking sources of supply for fresh frozen pork and processed ham.

Name:	Jones Dairy Farm
Address:	Jones Avenue, P.O. Box 28 Fort Atkinson, WI 53538 U.S.A.
Contact:	Mr. Tom Jessom, Export Manager
Telephone:	414-563-2431
Fax:	414-563-6801

- Imports fresh frozen pork loins (weight of 10 lbs. and over) from Denmark.
- Obtains information from brokers to aid in purchasing decisions.
- Has been neither satisfied nor dissatisfied with Canadian products.
- Prefers to be contacted by the Canadian firm via brochures and/or personal contact by the company, a distributor or a manufacturer's representative.
- Actively seeking sources of supply for pork loins in weights of 17-20 lbs.

Name:	Kunzler & Co. Inc.
Address:	P.O. Box 4747 Lancaster, PA 17604 U.S.A.
Contact:	Mr. Tom Musscer, Purchasing Manager
Telephone:	717-299-6301

- Imports trimmed, boneless and skinless pork bellies, hams and processed pork (weight of 10 lbs. and over) from Canada.
- Obtains information from industry publications to aid in purchasing decisions.
- Has been satisfied with Canadian products.
- Prefers to be contacted by the Canadian firm via personal contact, trade fairs, industry publications, manufacturer's representatives and/or to visit the Canadian company and its facilities.
- Attends the American Meat Institute show.
- Reads *National Provisioner*.
- Actively seeking sources of supply for fresh pork bellies, boneless ham, and 90% lean, boneless beef.

Name:	W.H. Greenbaum Inc.
Address:	P.O. Box 380 Hoboken, NJ 07030 U.S.A.
Contact:	Mr. John Demos, Import Trafficking Manager
Telephone:	201-656-1300
Fax:	201-656-0548

- Imports cooked pork shoulders, pork butts, hams and processed pork (weight 10 lbs. and over) from Denmark and Yugoslavia.
- Quality is a significant consideration in the decision to import.
- Has never tried Canadian products.
- Prefers to be contacted by the Canadian firm via brochures and/or to visit the Canadian company and its facilities.
- Actively seeking sources of supply for ham.

APPENDIX 2

U.S. IMPORTERS GENERALLY SEEKING SOURCES OF SUPPLY

U.S. IMPORTERS SURVEYED

Company:	AJC International
Address:	5188 Roswell Road Atlanta, GA 30342
Contact:	Mr. Kurt Holmeir
Title:	Pork Product Manager
Telephone:	404-252-6750
Telex/Fax:	404-252-9340

Company:	Armour Food Company
Address:	1 Central Park Plaza Omaha, NE 68102-1676
Contact:	Mr. Lee Davis
Title:	Procurement Manager
Telephone:	402-449-7347
Telex/Fax:	402-449-7449

Company:	Baker & Brother Incorporated
Address:	100 East 42nd Street New York, NY 10017
Contact:	Mr. Jeff Weingart
Title:	Sales Representative
Telephone:	212-867-0200
Telex/Fax:	212-370-1639

Company:	Bernard Bowman
Address:	P.O. Box 601 Scarsdale, NY 10583
Contact:	Mr. Mosley Pillion
Title:	President
Telephone:	914-723-3700
Telex/Fax:	914-723-5952

Company:	C & F Packing Company
Address:	1350 Greenleaf Elk Grove Village, IL 60007
Contact:	Mr. Gerry Freda
Title:	Purchasing Manager
Telephone:	312-228-6300
Telex/Fax:	312-228-6300

Company:	Castleberry's Food Company
Address:	P.O. Box 1010 Augusta, GA 30903
Contact:	Mr. John Smith
Title:	Director of Purchasing
Telephone:	404-733-7765
Telex/Fax:	404-736-5061

Company:	Charles Hollenbach Incorporated
Address:	2653 West Ogden Avenue Chicago, IL 60608
Contact:	Mr. Steve Bross
Title:	Superintendent
Telephone:	312-521-2500
Telex/Fax:	

Company:	Circle T. Foods
Address:	4560 Leston Dallas, TX 75247
Contact:	Ms. Kim McCauley
Title:	Purchasing Manager
Telephone:	214-630-1500
Telex/Fax:	214-630-6971

Company:	Dan Trade
Address:	747 East Green Street Pasadena, CA 91101
Contact:	Mr. G. Larson
Title:	President
Telephone:	818-577-0414
Telex/Fax:	914435

Company:	Danish Food International
Address:	2809 East 44th Street Suite 4 Los Angeles, CA 90058
Contact:	Mr. Peter Christianson
Title:	President/Owner
Telephone:	213-582-2882
Telex/Fax:	213-588-6626

Company:	Darling & Company, Chemical Division
Address:	4650 South Racine Avenue Chicago, IL 60609
Contact:	Mr. Larry Overton
Title:	Purchasing Manager
Telephone:	312-927-0500
Telex/Fax:	312-927-0608

Company:	East Bay Packaging Company
Address:	P.O. Box 1047 Oakland, CA 94604
Contact:	Mr. Jeff Garzella
Title:	Buyer
Telephone:	415-465-7700
Telex/Fax:	415-835 2644

Company:	Essem Packaging Company Incorporated
Address:	101 Beacon Street Lawrence, MA 01842
Contact:	Mr. Bob Miessgl
Title:	Purchasing Manager
Telephone:	617-687-7148
Telex/Fax:	

Company:	Geo. A. Hornel & Company
Address:	501 - 16th Avenue Northwest Austin, MN 55912
Contact:	Mr. Ron Plath
Title:	Purchasing Manager
Telephone:	507-437-5611
Telex/Fax:	507-437-5489

Company:	Global Marketing Association
Address:	5770 Powers Ferry Suite 203 Atlanta, GA 30327
Contact:	Mr. Steve Eisaf
Title:	President
Telephone:	404-859-0911
Telex/Fax:	404-859-0912

Company:	Goodmark Foods Incorporated
Address:	P.O. Box 187 Garner, NC 27529
Contact:	Ms. Betty Green
Title:	Purchasing Manager
Telephone:	919-772-1511
Telex/Fax:	919-779-9369

Company:	Harris Packing Company
Address:	1616 West Remo Oklahoma City, OK 73106
Contact:	Mr. Randy Harris
Title:	Plant Manager
Telephone:	405-235-6421
Telex/Fax:	

Company:	Jack Greenberg
Address:	1717 North Delaware Avenue Philadelphia, PA 19125
Contact:	Mr. Fred Greenberg
Title:	Vice-President
Telephone:	215-426-7200
Telex/Fax:	215-426-8530

Company:	Jobbers Meat Packing
Address:	P.O. Box 58368 Los Angeles, CA 90058
Contact:	Mr. Steig Osberg
Title:	Vice-President
Telephone:	213-585-6328
Telex/Fax:	213-585-0756 194603

Company:	Jones Dairy Farm
Address:	Jones Avenue P.O. Box 28 Fort Atkinson, WI 53538
Contact:	Mr. Tom Jessom
Title:	Export Manager
Telephone:	414-563-2431
Telex/Fax:	414-563-6801

Company: Kahn's & Company
Address: 3241 Spring Grove Avenue
Cincinnati, OH 45225
Contact: Mr. Aaron Borden
Title: Provisions Manager
Telephone: 513-541-4000
Telex/Fax: 513-541-4000

Company: Kunzler & Company
Incorporated
Address: P.O. Box 4747
Lancaster, PA 17604
Contact: Mr. Tom Musscer
Title: Purchasing Manager
Telephone: 717-299-6301
Telex/Fax:

Company: M.H. Greenbaum
Address: 70 Hudson. P.O. Box 380
Hoboken, NJ
Contact: Mr. Hierskov
Title: President
Telephone: 201-656-1300
Telex/Fax: 132364

Company: Millrose Foods
Address: P.O. Box 3
Springfield, NJ 07081
Contact: Mr. Jerrold Knoepfler
Title: Import Manager
Telephone: 201-467-9292
Telex/Fax:

Company: New York Commodities
Coporation
Address: 8 - 887th Avenue
New York, NY 10106
Contact: Mr. Jack Jaglon
Title: President
Telephone: 212-245-8300
Telex/Fax: 212-397-9078

Company: Ohse Meat Products
Incorporated
Address: 3215 East 6th Street
P.O. Box 1658
Topeka, KS 66601
Contact: Mr. Clarke R. Williams
Title: Meat Buyer
Telephone: 913-233-5097
Telex/Fax:

Company: Plumrose
Address: 7345 Woodhaven Blvd.
Glendale, NY 11385
Contact: Mr. Per Olsen
Title: Director of Deli Institution
Telephone: 718-830-6600
Telex/Fax: 718-896-1039
7105815584

Company: Plymouth Rock Provisions
Company
Address: 25-T O'Connor Road
Fairport, NY 14450
Contact: Mr. Dave Yang
Title: Purchasing Manager
Telephone: 716-377-9310
Telex/Fax: 5102541618

Company: Prima Foods
Address: P.O. Box 327
White Plains, NY 10605
Contact: Mrs. Dener
Title: Vice-President
Telephone: 914-428-4550
Telex/Fax: 914-428-3947

Company: Ranch Oak Farm
Address: 1601 Park Place
Fort Worth, TX 76110
Contact: Mr. Tom Misfeldt
Title: President
Telephone: 817-926-1787
Telex/Fax:

Company: Real Sausage Company
Address: 2710 South Poplar Avenue
Chicago, IL 60608
Contact: Mr. Lou Makowski
Title: Purchasing Manager
Telephone: 312-842-5330
Telex/Fax:

Company: Rema Foods
Address: Glenpoint Centre East,
300 Frank W. Durr
Teaneck, NJ 07666
Contact: Mr. Jerry Begnal
Title: Director of Marketing
Telephone: 201-692-3200
Telex/Fax: 201-692-3631
4754140

Company: San Antonio Packing Company
Address: P.O. Box 7265, Station 'A'
San Antonio, TX 78207
Contact: Mr. Rudy Rayes
Title: Buyer
Telephone: 512-224-5441
Telex/Fax:

Company: Sharon Packing Company
Address: 130 Duckback
Sharon, PA 16146
Contact: Mr. Doc Mogg
Title: President
Telephone: 412-346-5574
Telex/Fax:

Company: Texas Packing Company
Address: 1119 Commerce
Houston, TX 77002
Contact: Mr. Mike Tamborello
Title: Plant Manager
Telephone: 713-227-2251
Telex/Fax:

Company: Vermont Meat Packers
Address: P.O. Box 209
Swanton, VT 04508
Contact: Mr. Ed Maskell
Title: Production Manager
Telephone: 802-868-7314
Telex/Fax: 802-868-3264

Company: W.H. Greenbaum Incorporated
Address: P.O. Box 380
Hoboken, NJ 07030
Contact: Mr. John Demos
Title: Import Trafficing Manager
Telephone: 201-656-1300
Telex/Fax: 201-656-0548

Company: White Star Packaging Company
Address: 353 East 4th Street
New York, NY 10461
Contact: Mr. Willie Csarich
Title: Buyer
Telephone: 212-328-0059
Telex/Fax:

Company: Zummo Meat Company
Address: P.O. Box 1688
Beaumont, TX 77704
Contact: Mr. Croley
Title: Treasurer
Telephone: 409-842-1810
Telex/Fax:

SELECTED U.S. POST CONTACTS

Company: AJC International Incorporated
Address: 5188 Roswell Road
Atlanta, GA 30342
Contact: Mr. Gerald L. Allison
Title: President
Telephone: 404-252-6750
Telex/Fax: 542436 (Telex)

Company: Albertson's Incorporated
Address: 700 - 33rd Place N.E., Suite 102
Bellevue, WA 98004
Contact: Mr. Fred Lukson
Title: Meat Manager
Telephone: 206-827-8070
Telex/Fax:

Company: Associated Grocers Incorporated
Address: P.O. Box 3763
Seattle, WA 98108
Contact: Mr. Bill Armintrout
Title: Meat Manager
Telephone: 206-762-2100
Telex/Fax:

Company: Atalenta Corporation
Address: 17 Varick Street
New York, NY 10013
Contact: R. Gellert
Title: Meat Buyer
Telephone: 212-431-9000
Telex/Fax:

Company: B. Green & Company Incorporated
Address: 3601 Washington Boulevard
Baltimore, MD 21227
Contact: Mr. Glenn Milner
Title: Meat Specialist
Telephone: 301-247-8300
Telex/Fax:

Company: Bison Products Company Incorporated
Address: 81 Dingins Street
Buffalo, NY 14206
Contact: Mr. Donald Battistoni
Title:
Telephone: 716-826-2700
Telex/Fax:

Company: C.B. Brokerage Services Incorporated
Address: 2100 Cluster Avenue W.
Tampa, FL 33604
Contact: Mr. C.J. Boyce
Title: President
Telephone: 813-935-0555
Telex/Fax:

Company: Del-Mar Provisions Company
Address: 1393 Clinton Street
Buffalo, NY 14206
Contact: Mr. Ralph Debello
Title:
Telephone: 716-826-2273
Telex/Fax:

Company: Fronex Commodities Incorporated
Address: 4405 International Boulevard
Norcross, GA 30093
Contact: Mr. Victor Fuentes
Title:
Telephone: 404-925-8550
Telex/Fax: 543623FCI (Telex)

Company: Giant Food Incorporated
Address: 6300 Sheriff Road
Landover, MD 20785
Contact: Mr. George W. Harris
Title: Vice-President, Meat Products
Telephone: 301-341-4100
Telex/Fax:

Company: Gumins Lukitsch Incorporated
Address: 331 Alberta Drive
Ammerst, NY 14226
Contact: Mr. John Rogers
Title:
Telephone: 716-835-5500
Telex/Fax:

Company: The Hartford Provision Company
Address: P.O. Box 449
Stamford, CT 06904
Contact: Mr. L. Lotstein
Title: President
Telephone: 203-324-6194
Telex/Fax:

Company: Interstate Meat Service Incorporated
Address: 2309 Meyers Road
Albert Lea, MN 56007
Contact:
Title:
Telephone:
Telex/Fax:

Company: J. & B. Wholesale Distributors Incorporated
Address: St. Michael, MN 55376
Contact: Mr. Thomas Hogman
Title:
Telephone:
Telex/Fax:

Company: J.H. Foods Incorporated
Address: 915 - 80th Street W.
Minneapolis, MN 55420
Contact: Mr. Jim Hudson
Title:
Telephone:
Telex/Fax:

Company: Lucky Stores Incorporated
Address: 1701 Marina Boulevard
San Leandro, CA 94577
Contact: Mr. J.M. Erickson
Title: Vice-President, Head Meat Buyer
Telephone: 415-639-4200
Telex/Fax:

Company: Osler Foods
Address: 965 Albany Shakers Road
Latham, NY 12110
Contact: Mr. D. Hubbard
Title: Purchasing Director
Telephone:
Telex/Fax:

Company: Petrini's Meat Incorporated
Address: 2055 McAllister Street
San Francisco, CA 94118
Contact: Mr. Bill Palavos
Title: Buyer, Dairy & Deli
Telephone: 415-567-3909
Telex/Fax:

Company: Richfood Incorporated
Address: 2000 Richfood Road
Mechanicsville, VA 23111
Contact:
Title:
Telephone: 804-746-6000
Telex/Fax:

Company: Ritter Food Corporation
Address: 640 Dowd Avenue
Elizabeth, NJ 07201
Contact: Mr. A. Matlins
Title: Meat Buyer
Telephone: 201-289-8800
Telex/Fax:

Company: Royal Foods Incorporated
Address: 327 Blake Road
Hopkins, MN 55343
Contact: Mr. Bill Ferrell
Title:
Telephone:
Telex/Fax:

Company: Safeway Stores
Address: 47400 Kato Road
Fremont, CA 94560
Contact: Mr. Ray Heatherington
Title: Meat Merchandising Manager
Telephone: 415-498-2011
Telex/Fax:

Company: Safeway Stores Incorporated
Address: P.O. Box 90947
Bellevue, WA 98009
Contact: Mr. Bob Ekler
Title: Meat Merchandising Manager
Telephone: 206-455-6444
Telex/Fax:

Company: South Shore Packing
Address: 180 Spark Street
Brockton, MA 02402
Contact: Mr. Keerry Masefield
Title:
Telephone: 508-587-6900
Telex/Fax:

Company: Star Provision Company
Address: 138 Newmarket Square
Boston, MA 02119
Contact: Mr. Albert Beliorno
Title:
Telephone: 617-442-3584
Telex/Fax:

Company: Super Rite Foods Incorporated
Address: 3900 Industrial Road
Harrisburg, PA 17110
Contact:
Title:
Telephone: 717-232-6821
Telex/Fax:

Company: Sysco Frosted Foods Incorporated
Address: P.O. Box 80
Warners, NY 13164
Contact: Mr. Kent Humphries
Title:
Telephone: 315-672-8004
Telex/Fax:

Company: Tom Thumb Page Food and Drug Centers
Address: 14303 Inwood Road
Dallas, TX 75234
Contact: J. Carrabba
Title: Meat Buyer
Telephone: 214-661-9700
Telex/Fax:

Company: United Brands Company
Address: 1 - 4th Street E.
Cincinnati, OH 45202
Contact: Mr. D.M. Doyle
Title: Vice-President
Telephone: 513-579-2115
Telex/Fax:

Company: Waltham Beef & Provision Company Incorporated
Address: 11 Widett Circle
S. Boston, MA 02118
Contact: Ms. Leslie Picco
Title:
Telephone: 617-269-2250
Telex/Fax:

Company: West Coast Grocery Company
Address: P.O. Box 2237
Tacoma, WA 98401
Contact: Mr. Gerry Wanner
Title: Meat Manager
Telephone: 206-593-3200
Telex/Fax:

Company: Weston Thruston Company
Address: 22 Foodmart Road
S. Boston, MA 02118
Contact: Mr. Phil Spinney
Title:
Telephone: 617-269-6960
Telex/Fax:

Company: Wetterau Pittsburgh Division
Address: P.O. Box 29
Belle Vernon, PA 15012
Contact: Mr. Ronald Howard
Title:
Telephone:
Telex/Fax:

Company: Winn-Dixie
Address: P.O. Box 1540
Fort Worth, TX
Contact: Mr. B. Burns
Title: Meat Buyer
Telephone: 817-921-1100
Telex/Fax:

APPENDIX 3

1987 U.S. IMPORTS OF PORK AND PROCESSED MEATS

(SCHEDULE A 13.0, 14.2 and 14.8)

APPENDIX 3

PORK AND PROCESSED MEATS
1987 Imports (thousands of U.S. dollars)

	Total U.S. Imports	Canada	Western Europe	Eastern Europe	Other
Total of all items in bold type which are the focus of this study	**531,615**	**41,993**	**274,774**	**213,255**	**1,593**
Total of all items in standard type which are relevant to the study	258,215	5,114	16,220	180	236,701
Total of all items in italics which are not related to the sector	*1,627*	*0*	*1,419*	*0*	*208*

14.8 Meat and Meat Products, Prepared or Preserved, Nspf*
1987 Imports (thousands of U.S. dollars)

Schedule A	Commodity Description	Total U.S. Imports	Canada	Western Europe	Eastern Europe	Other
148010	*Goose-liver products*	*1,627*	*0*	*1,419*	*0*	*208*
148020	**Hams and shoulders, pork, prepared or preserved, boned and cooked and in airtight containers**	**457,778**	**9,866**	**248,099**	**199,197**	**616**
148030	**Bacon, pork, boned and cooked and packed in airtight containers**	**9,902**	**8,407**	**534**	**815**	**146**
148040	**Pork, nspf, prepared or preserved, boned and cooked and packed in airtight containers**	**18,056**	**301**	**9,816**	**7,654**	**285**
148050	Beef, except sausages, in airtight containers	166,249	1,573	367	0	164,309
148060	Beef or veal, cured or pickled, prepared or preserved, nspf	62,327	359	389	0	61,579
148070	Meat, except frog, including bird, edible offal, prepared or preserved, nspf, and corned beef hash	29,639	3,182	15,464	180	10,813

* not specifically provided for

14.2 Sausages
1987 Imports (thousands of U.S. dollars)

Schedule A	Commodity Description	Total U.S. Imports	Canada	Western Europe	Eastern Europe	Other
142025	Sausages, Pork	9,954	6,953	1,915	942	144
142045	Sausages, Beef	516	102	0	377	37
142060	Sausages, except Pork and Beef	13,011	1,673	11,153	0	185

13.0 Pork Prepared or Preserved
1987 Imports (thousands of U.S. dollars)

Schedule A	Commodity Description	Total U.S. Imports	Canada	Western Europe	Eastern Europe	Other
130020	Hams and shoulders, prepared or preserved, not boned, cooked or in airtight containers	4,458	3,710	716	0	32
130040	Bacon, pork, not boned and cooked and packed in airtight containers	16,265	9,628	2,321	4,270	46
130060	Pork, nspf, prepared or preserved, not boned, cooked, or packed in airtight containers	1,675	1,353	220	0	102

APPENDIX 4

1987 U.S. IMPORTS OF SELECTED PORK AND PROCESSED MEATS FROM WESTERN EUROPE BY COUNTRY

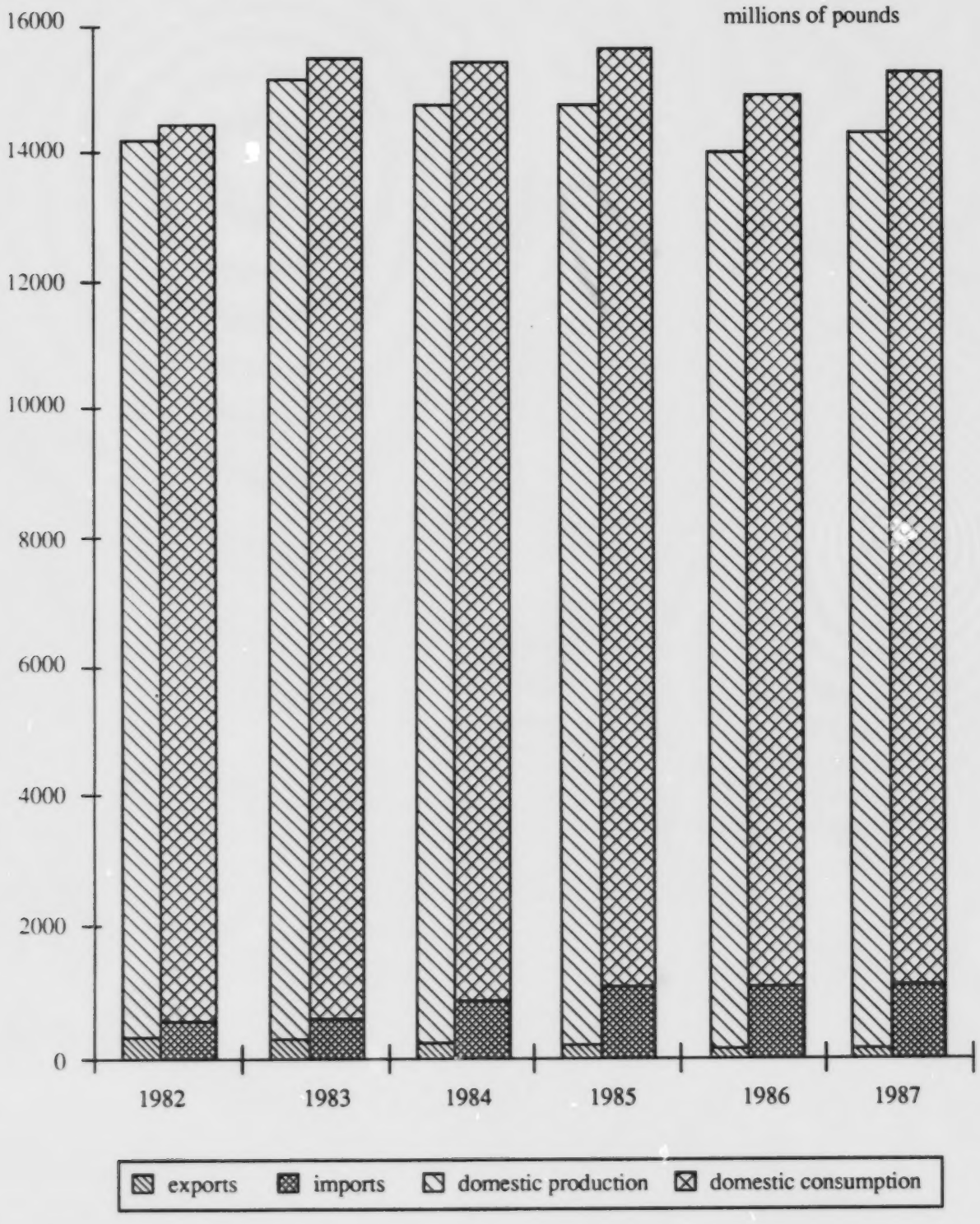
1987 U.S. IMPORTS OF SELECTED PORK AND PROCESSED MEATS
FROM WESTERN EUROPE
BY COUNTRY
(thousands of U.S. dollars)

COUNTRY	SCHEDULE A									TOTAL	%
	130020	130040	130060	142025	142045	142060	148020	148030	148040		
Belgium - Luxembourg	-	-	-	-	-	-	12,377	-	-	12,377	2.33
Denmark	-	1,286	220	1,050	-	10,351	219,381	534	6,429	239,251	45.00
Finland	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0.00
France	-	-	-	-	-	-	-	-	165	165	0.03
Italy	-	-	-	-	-	-	-	-	88	88	0.02
Netherlands	-	-	-	269	-	380	10,484	-	2,981	14,114	2.65
Norway	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0.00
Spain	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0.00
Sweden	-	1,035	-	-	-	-	350	-	-	1,385	0.26
Switzerland	386	-	-	-	-	-	74	-	-	460	0.09
United Kingdom	-	-	-	-	-	-	72	-	-	72	0.01
West Germany	330	-	-	596	-	422	5,361	-	153	6,862	1.29
Total for Western Europe	716	2,321	220	1,915	0	11,153	248,099	534	9,816	274,774	51.69
Total Imports	4,458	16,265	1,675	9,954	516	13,011	457,778	9,902	18,056	531,615	

APPENDIX 5

U.S. FRESH PORK PRODUCTION AND CONSUMPTION

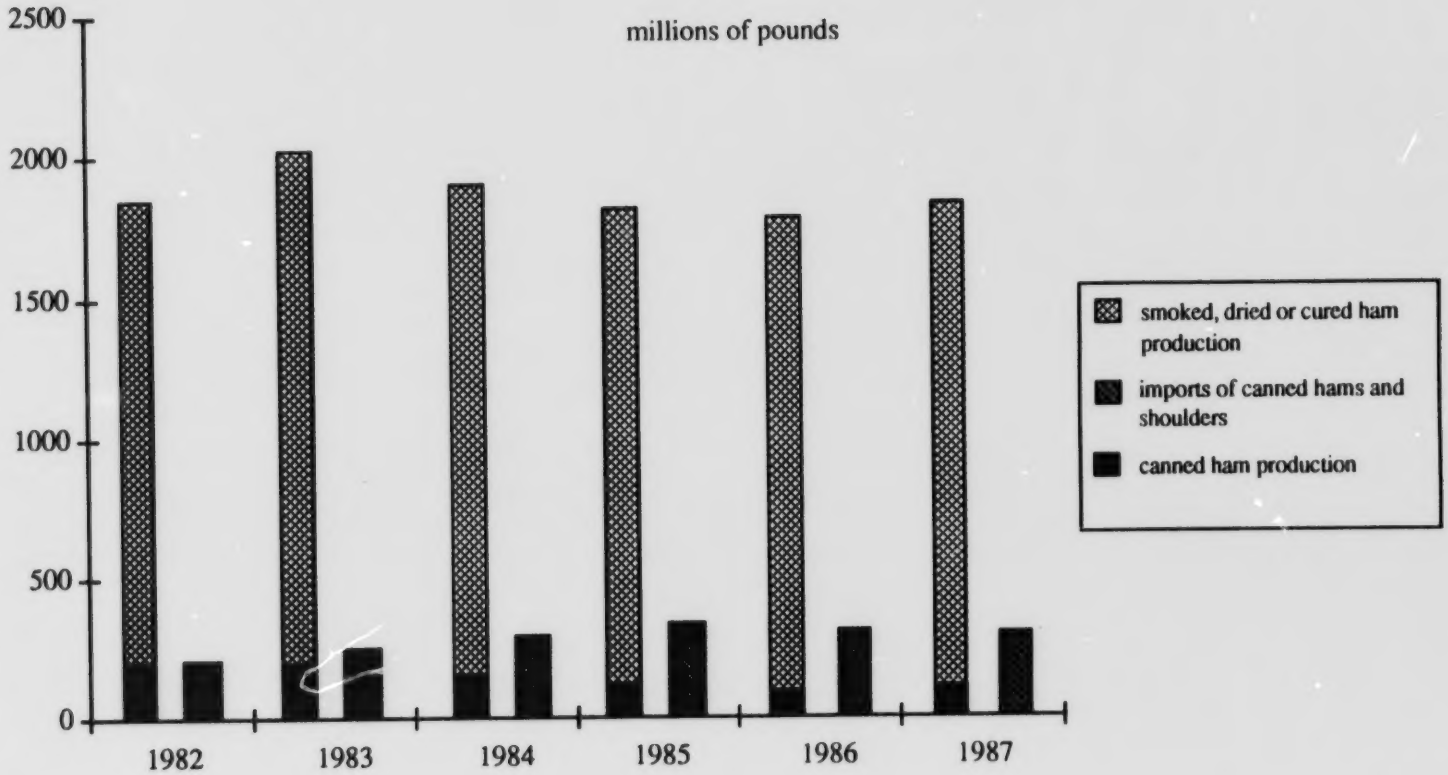
U.S. FRESH PORK PRODUCTION AND CONSUMPTION



APPENDIX 6

U.S. FEDERALLY INSPECTED HAM PRODUCTION AND IMPORTS OF CANNED HAMS AND SHOULDERS

U.S. FEDERALLY INSPECTED HAM PRODUCTION AND IMPORTS OF CANNED HAMS AND SHOULDERS



Source: *AMI Meatfacts*

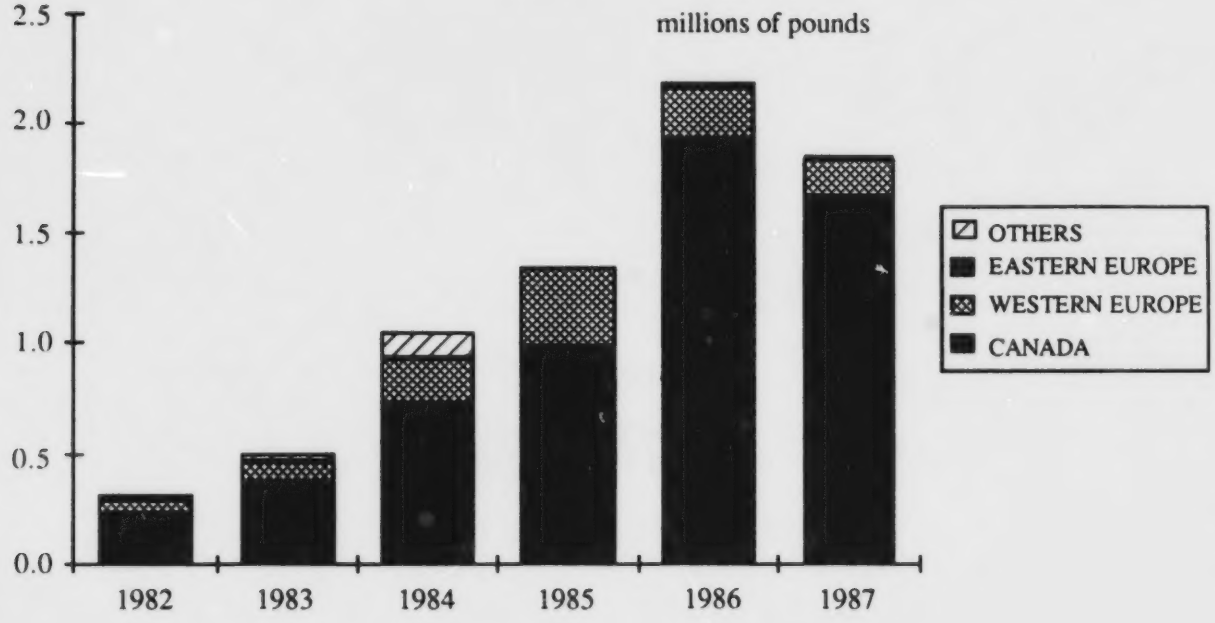
APPENDIX 7

1982-87 U.S. IMPORTS OF SELECTED PORK AND PROCESSED MEATS BY WEIGHT

U.S. IMPORTS OF SELECTED PORK AND PROCESSED MEATS

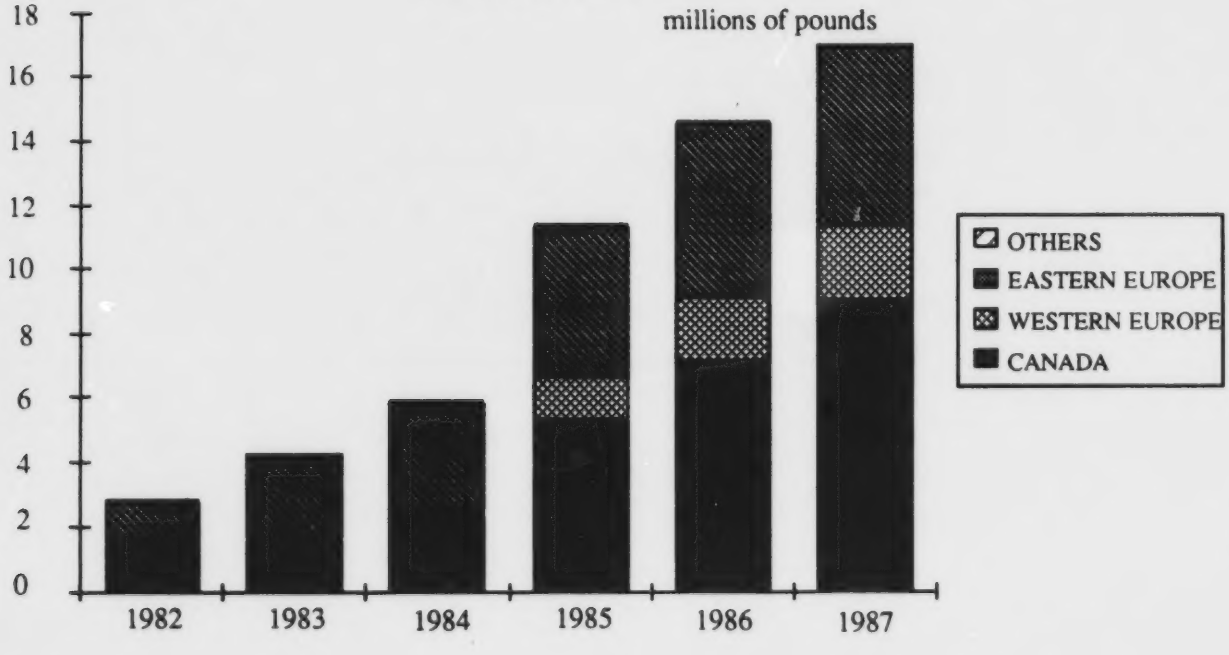
HAMS AND SHOULDERS, PORK, PREPARED OR PRESERVED, NOT BONED, COOKED OR IN AIRTIGHT CONTAINERS

SCHEDULE A 130020



BACON, PORK, NOT BONED AND COOKED AND PACKED IN AIRTIGHT CONTAINERS

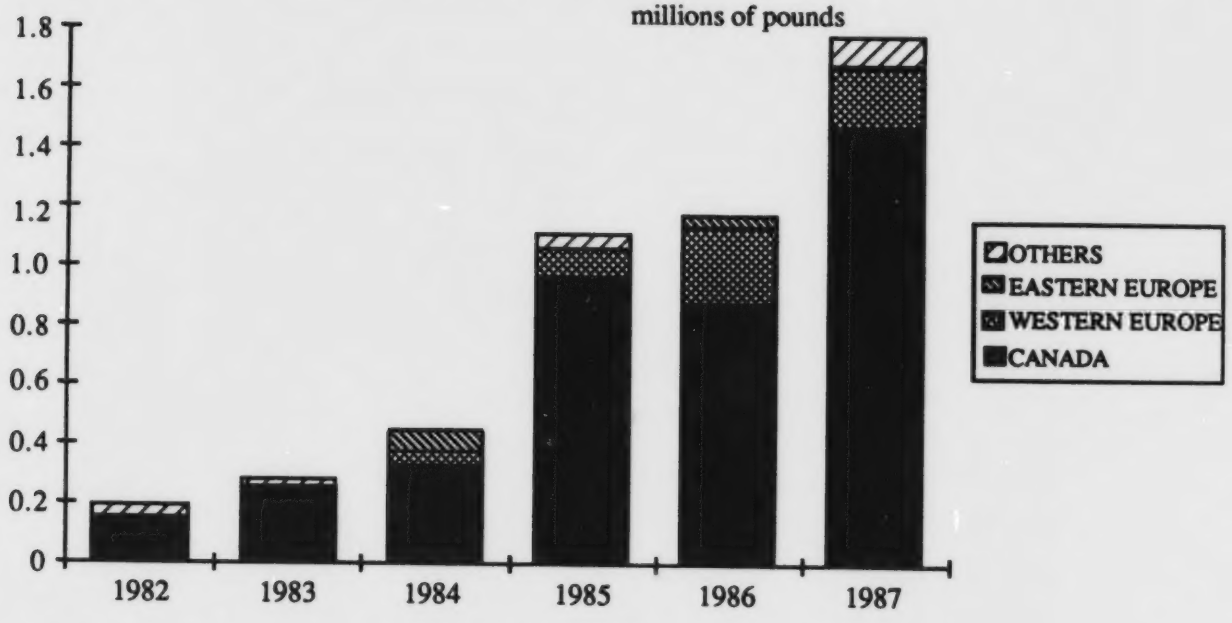
SCHEDULE A 130040



U.S. IMPORTS OF SELECTED PORK AND PROCESSED MEATS (Cont'd)

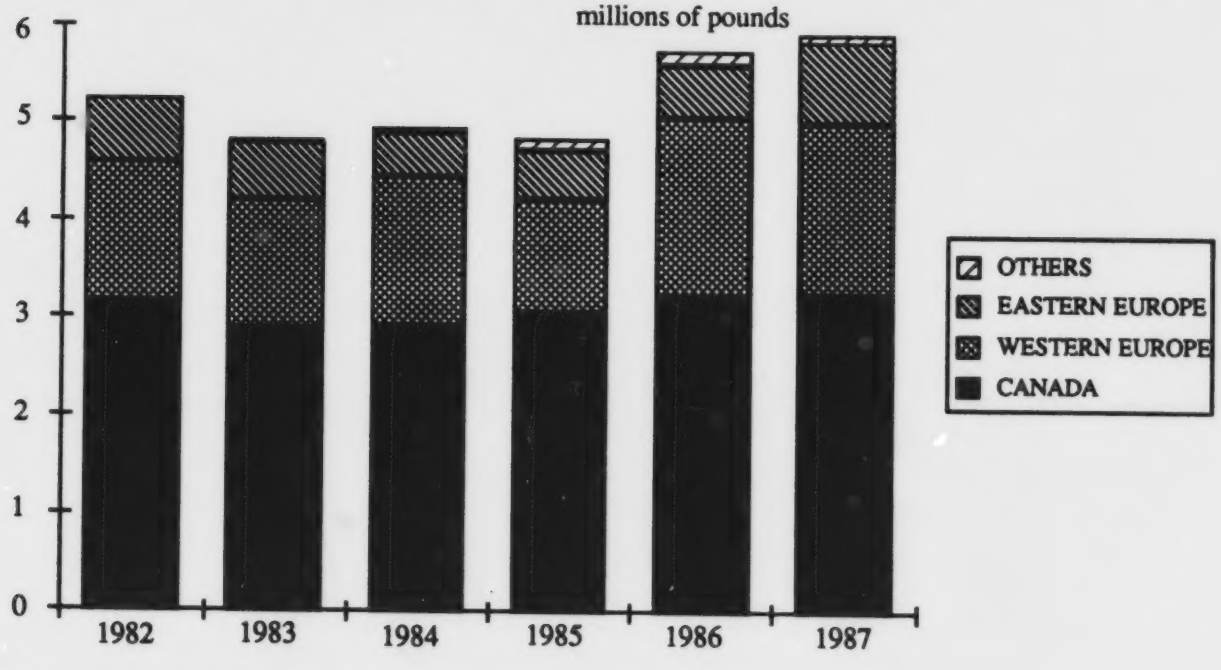
PORK, NSPF*, PREPARED OR PRESERVED, NOT BONED, COOKED, OR PACKED IN AIRTIGHT CONTAINERS

SCHEDULE A 130060



SAUSAGES, PORK

SCHEDULE A 142025

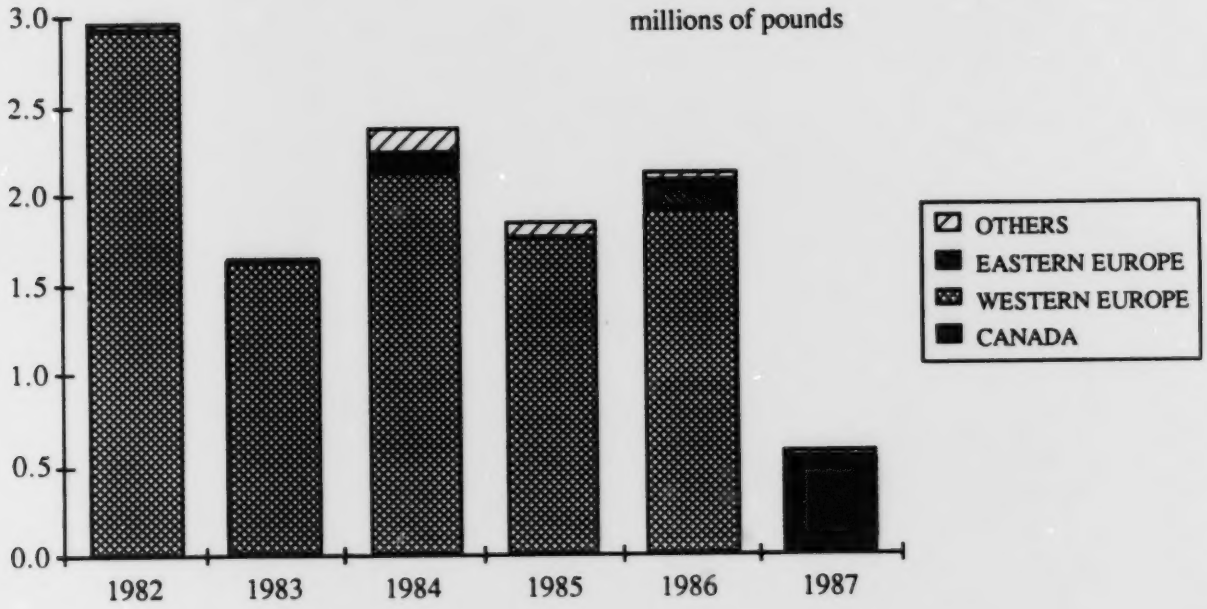


* not specifically provided for

U.S. IMPORTS OF SELECTED PORK AND PROCESSED MEATS (Cont'd)

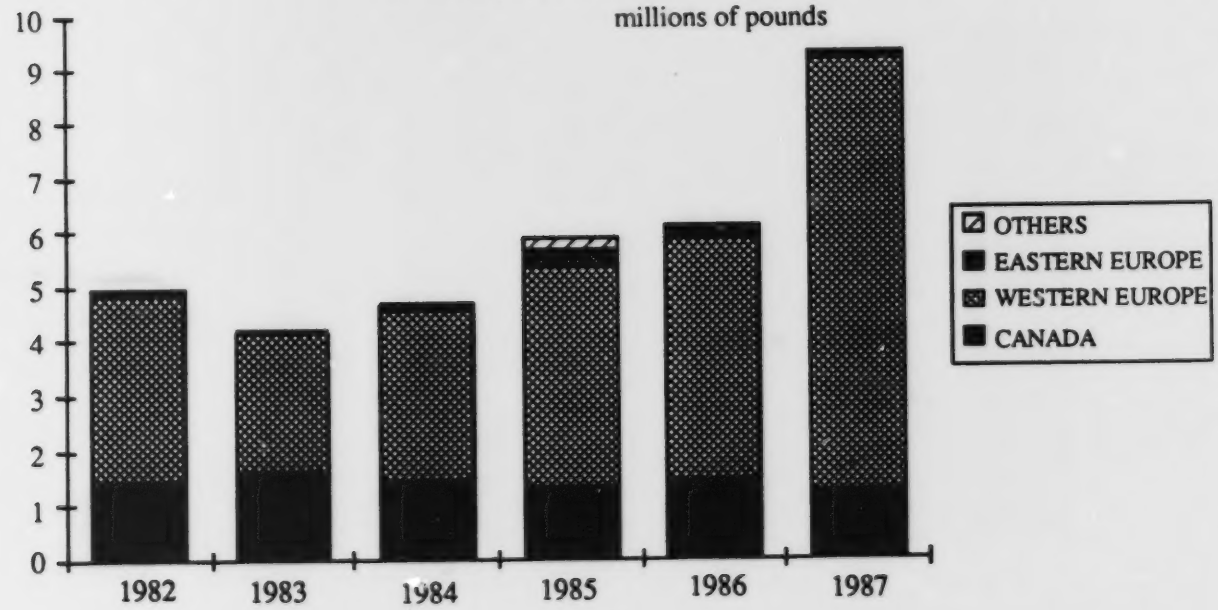
SAUSAGES, BEEF

SCHEDULE A 142045



SAUSAGES, EXCEPT PORK AND BEEF

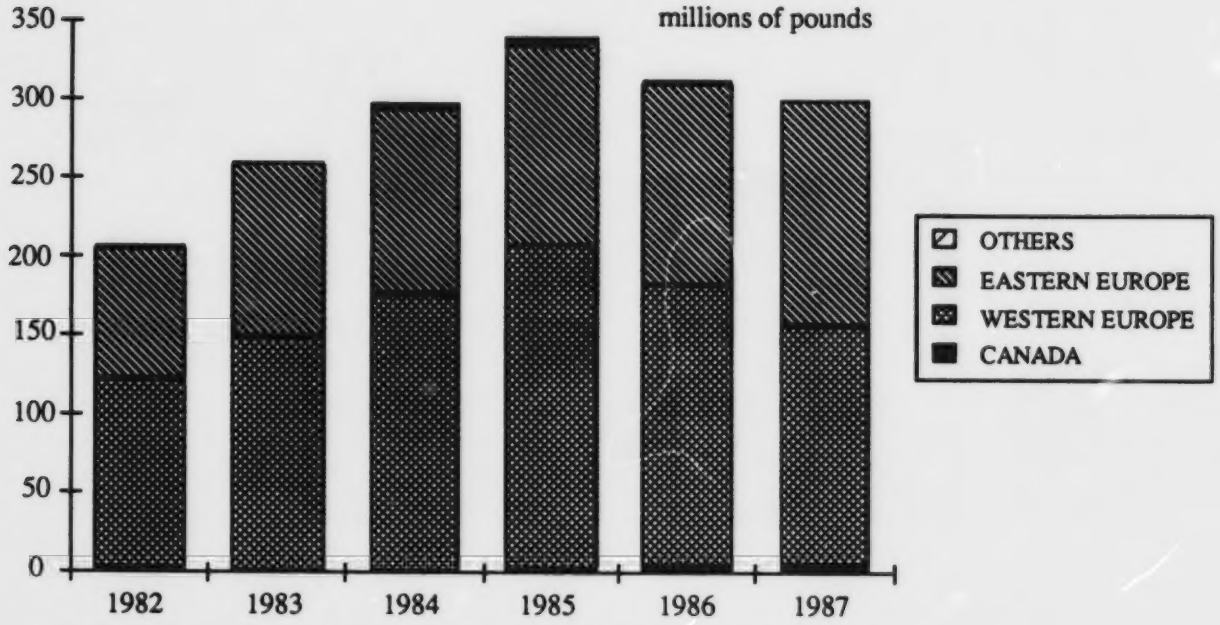
SCHEDULE A 142060



U.S. IMPORTS OF SELECTED PORK AND PROCESSED MEATS (Cont'd)

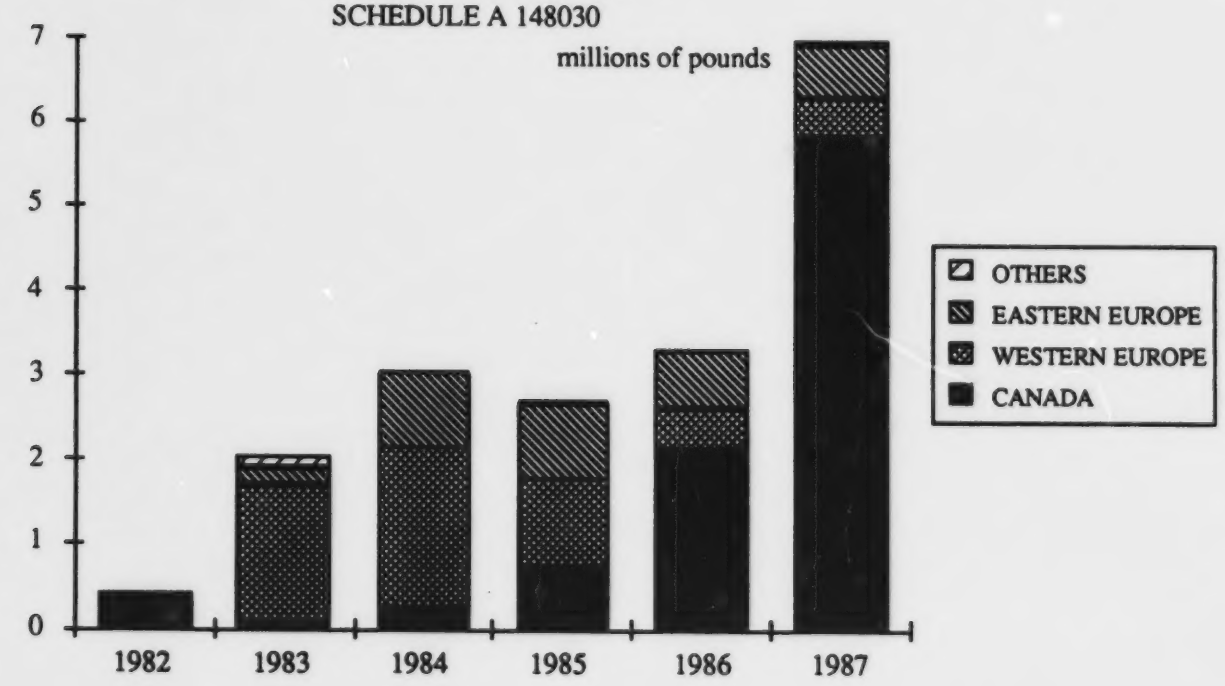
HAMS AND SHOULDERS, PORK, PREPARED OR PRESERVED, BONED AND COOKED AND IN AIRTIGHT CONTAINERS

SCHEDULE A 148020



BACON, PORK, BONED AND COOKED AND PACKED IN AIRTIGHT CONTAINERS

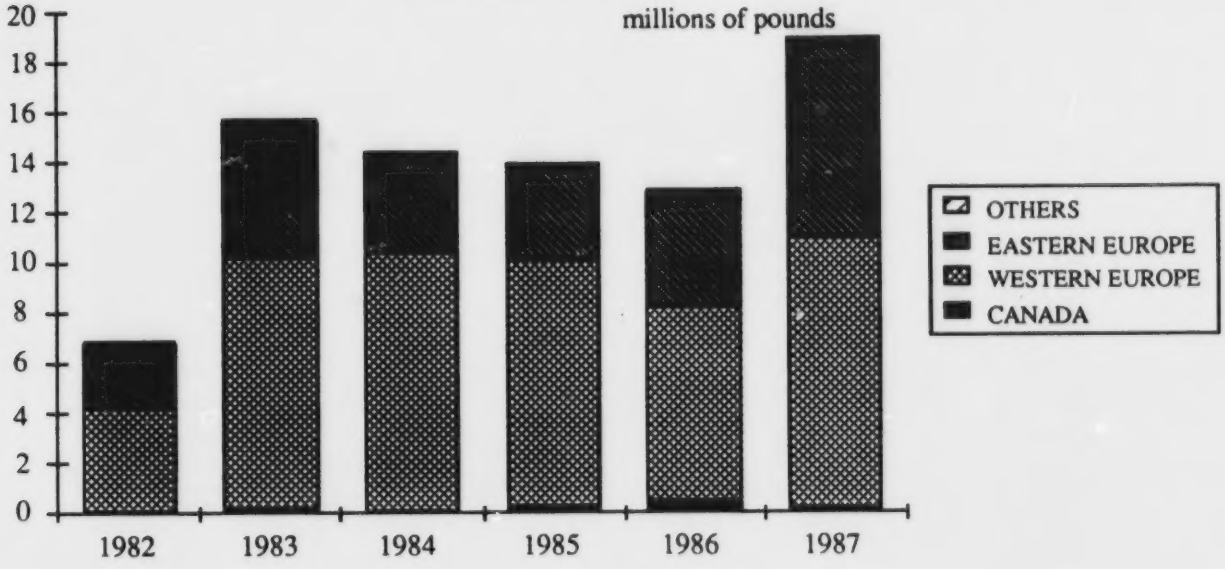
SCHEDULE A 148030



U.S. IMPORTS OF SELECTED PORK AND PROCESSED MEATS (Cont'd)

PORK, NSPF, PREPARED OR PRESERVED, BONED AND COOKED AND PACKED IN AIRTIGHT CONTAINERS

SCHEDULE A 148040



APPENDIX 8

NORTH AMERICAN HOG AND PORK MARKETS

NORTH AMERICAN HOG AND PORK MARKETS

Within the scope of this short paper it is not possible to deal with all the complexities of this subject; however, the following brief comments should be noted.

One factor that has a major bearing on trade in pork and processed meat products between Canada and the United States is the cost of the individual pork cuts from which the product is made. For many years Canadian and American hog markets, which directly affect the cost to the processor of the individual fresh pork cuts, have operated within the context of a "North American" hog market. This has meant that the market prices for hogs in the major centres in both countries have tended to equalize, taking into consideration the relative values of the U.S. and Canadian dollars, freight to move live hogs between points and, when applicable, duty.

Similarly, the values of the various pork cuts have tended to be the same (again, allowing for differences in the value of currencies in Canada and the United States, freight and duty). This, however, may be altered by the demand for particular pork cuts for specific markets. For example, the strong demand by the Japanese market for boneless backs and their preference for Canadian products has at times influenced the differential between the values of Canadian pork cuts and those in the United States.

However, in spite of these variations in the cost of the major pork cuts, in general it is possible for Canadian processors to market their finished product in the United States, particularly if quality and continuity of supply can be both stressed and maintained. This can be done if the processor is willing to regard the export market as an extension of his domestic market and not merely as an opportunistic one.

APPENDIX 9

MARKETING GUIDELINES FOR NEW EXPORTERS

MARKETING GUIDELINES FOR NEW EXPORTERS

Because of the complexity of the market for processed meats and, in many cases, its fragmentation not only by area but also by ethnic populations, the following marketing guidelines (based on the experience of established exporters) are provided in order to assist new Canadian exporters.

- Focus on one particular marketing area at a time.
- If possible, select an area relatively close at hand to your operation.
- Select an area in which the specific products you wish to export are likely to receive acceptance or which contains the type of ethnic population to whom the product will be either known or acceptable.
- Visit the area, contacting distributors or brokers who are both knowledgeable in the trade and who have the necessary store contacts. (Names can be obtained through the Canadian government trade representative for that area.)
- Distributors should have adequate warehousing facilities for perishable products.
- Have printed brochures available, if at all possible.
- Establish specific shipping and delivery schedules, making sure that the carrier selected can live up to them.
- Maintain close contact with the area by regular visits both to the distributor/broker and to the customers.
- Emphasize quality and continuity of supply.
- If it proves necessary, be ready to tailor your product to specific needs for packaging, sizing, etc.
- Always regard the export market area as an extension of your domestic market, and give it the same attention and support.

APPENDIX 10

CURRENT U.S. TARIFFS ON CANADIAN MEAT PRODUCTS AND SCHEDULE FOR THEIR REMOVAL UNDER THE FREE TRADE AGREEMENT

TARIFF ELIMINATION

1. Except as otherwise provided in this Agreement, each Party shall progressively eliminate its customs duties on goods originating in the territory of the other Party in accordance with the following schedule:

   A. duties on goods provided for in each of the items designated as staging category A in each Party's Schedule contained in Annex 401.2 shall be eliminated entirely and such goods shall be free of duty, effective January 1, 1989;

   B. duties on goods provided for in each of the items designated as staging category B in each Party's Schedule contained in Annex 401.2 shall be removed in five equal annual stages commencing on January 1, 1989, and such goods shall be free of duty, effective January 1, 1993; and

   C. duties on goods provided for in each of the items designated as staging category C in each Party's Schedule contained in Annex 401.2 shall be removed in ten equal annual stages commencing on January 1, 1989, and such goods shall be free of duty, effective January 1, 1998.

2. Except as otherwise provided in this Agreement, goods originating in the territory of the other Party that are provided for in each of the items designated as staging category D in each Party's Schedule contained in Annex 401.2 shall continue to receive existing duty-free treatment indicated therein for such goods.

Item	Article description	Base rate	Staging Category
0203	Meat of swine, fresh, chilled or frozen:		
	Fresh or chilled:		
0203.11.00	Carcasses and half-carcasses	Free	D
0203.12	Hams, shoulders and cuts thereof, with bone in:		
0203.12.10	Processed	2.2¢/kg	B
0203.12.90	Other	Free	D
0203.19	Other:		
0203.19.20	Processed	2.2¢/kg	B
0203.19.40	Other	Free	D
	Frozen:		
0203.21.00	Carcasses and half-carcasses	Free	D
0203.22	Hams, shoulders and cuts thereof, with bone in:		
0203.22.10	Processed	2.2¢/kg	B
0203.22.90	Other	Free	D
0203.29	Other:		
0203.29.20	Processed	2.2¢/kg	B
0203.29.40	Other	Free	D
	SECTION IV PREPARED FOODSTUFFS; BEVERAGES, SPIRITS AND VINEGAR; TOBACCO AND MANUFACTURED TOBACCO SUBSTITUTES		
	CHAPTER 16		
	PREPARATIONS OF MEAT, OF FISH OR OF CRUSTACEANS, MOLLUSCS OR OTHER AQUATIC INVERTEBRATES		
1601.00	Sausages and similar products, of meat, meat offal or blood; food preparations based on these products:		
1601.00.20	Pork	1.3¢/kg	A
	Other:		
1601.00.40	Beef in airtight containers	7.5%	A
1601.00.60	Other	5%	A

Item	Article description	Base rate	Staging Category
1602	Other prepared or preserved meat, meat offal or blood:		
1602.10.00	Homogenized preparations	3%	B
1602.20	Of liver of any animal:		
1602.20.20	Of goose	7.7¢/kg	B
1602.20.40	Other	5%	B
	Of poultry of heading 0105:		
1602.31.00	Of turkeys	10%	C
1602.39.00	Other	10%	C
	Of swine:		
1602.41	Hams and cuts thereof:		
1602.41.10	Containing cereals or vegetables	10%	B
	Other:		
1602.41.20	Boned and cooked and packed in airtight containers	6.6¢/kg	B
1602.41.90	Other	2.2¢/kg	B
1602.42	Shoulders and cuts thereof:		
1602.42.20	Boned and cooked and packed in airtight containers	6.6¢/kg	B
1602.42.40	Other	2.2¢/kg	B
1602.49	Other, including mixtures:		
1602.49.10	Offal	5%	A
	Other:		
	Not containing cereals or vegetables:		
1602.49.20	Boned and cooked and packed in airtight containers	6.6¢/kg	A
1602.49.40	Other	2.2¢/kg	B
	Other:		
1602.49.60	Mixtures of pork and beef	5%	A
1602.49.90	Other	10%	C
1602.50	Of bovine animals:		
1602.50.05	Offal	5%	A
	Other:		
	Not containing cereals or vegetables:		
1602.50.09	Cured or pickled	10%	A
	Other:		
	In airtight containers:		
1602.50.10	Corned beef	3%	A
1602.50.20	Other	3%	A
1602.50.60	Other	4%	A
1602.50.90	Other	10%	C
1602.90	Other, including preparations of blood of any animal:		
1602.90.10	Frog meat	6%	C
1602.90.90	Other	10%	C

APPENDIX 11

1982-1987 U.S. EXPORTS AND IMPORTS OF SELECTED MEAT PRODUCTS

TABLE 1

U.S. EXPORTS OF SELECTED MEAT PRODUCTS
MILLIONS OF U.S. DOLLARS

Product	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Beef	351.8	370.6	451.1	453.9	593.4	728.5
Pork, fresh/frozen	161.9	161.4	97.0	61.7	71.4	114.8
Fancy meats	306.4	260.6	271.7	298.4	326.4	336.2
Sub-Total	820.1	792.6	819.8	814.0	991.2	1,179.5
Inedible Tallow	572.3	524.7	617.3	538.1	354.0	363.5
Hides	694.3	728.4	1,066.6	991.9	1,195.5	1,306.2
Sub-Total	1,266.6	1,253.1	1,683.9	1,530.0	1,549.5	1,669.7
Total	2,086.7	2,045.7	2,503.7	2,344.0	2,540.7	2,849.2

Source: AMI *Meatfacts* from USDOC statistics

TABLE 2

U.S. IMPORTS OF SELECTED MEAT PRODUCTS
MILLIONS OF U.S. DOLLARS

Product	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Beef	1,190.4	1,094.4	943.5	996.8	1,038.9	1,254.1
Canned beef	90.7	136.2	124.5	136.1	68.0	99.2
*Pork, fresh/frozen	239.5	196.7	335.5	392.9	485.3	587.4
Canned hams and shoulders	341.6	380.9	388.0	432.3	460.1	457.6
Total	1,862.2	1,808.2	1,791.5	1,958.1	2,052.3	2,398.3
* Of this, from Canada	230.8	193.9	248.2	278.0	364.2	428.2
as %	96.4%	98.6%	74.0%	70.8%	75.0%	72.9%

Source: AMI *Meatfacts* from USDOC statistics

APPENDIX 12

SELECTED U.S. MEAT PRODUCTS PROCESSED UNDER FEDERAL INSPECTION

SELECTED U.S. MEAT PRODUCTS PROCESSED UNDER FEDERAL INSPECTION
(thousands of pounds)

	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Smoked, Dried or Cooked:							
Hams	1,855,995	1,658,871	1,833,760	1,758,756	1,621,491	1,700,503	1,735,048
Pork, Other	457,936	428,512	461,505	483,953	474,128	438,852	445,338
Bacon	1,703,812	1,517,204	1,642,733	1,704,175	1,538,982	1,533,016	1,533,985
Total Processed Pork	4,017,743	3,604,587	3,937,998	3,946,884	3,634,601	3,672,371	3,714,371
Sausage:							
Beef, Fresh	15,190	13,879	17,954	11,210	14,633	19,947	20,488
Pork, Fresh	818,984	848,534	859,392	878,267	812,420	880,795	844,739
Other, Fresh	256,826	236,513	241,387	255,616	269,717	74,071	65,956
Uncooked, Cured	13,022	21,211	21,749	23,032	34,775	27,864	25,392
Dried & Semi-Dried	344,143	355,730	332,899	350,091	372,567	412,094	448,853
Franks & Wieners	1,418,631	1,390,606	1,395,661	1,405,258	1,301,055	1,353,013	1,524,683
Bologna	761,101	729,293	679,173	688,220	610,212	600,105	609,203
Liver Sausage	118,324	108,004	100,038	92,685	99,113	85,465	93,478
Other Meat Loaves	1,076,115	1,088,162	1,078,624	1,097,046	1,024,081	1,399,916	1,146,682
Other Products	214,045	236,059	254,396	263,646	264,051	317,368	297,252
Total Sausage	5,036,381	5,027,991	4,981,273	5,065,071	4,802,624	5,170,638	5,076,726
Canned Products Canned Hams:							
Under 3 lbs.	14,533	11,850	14,315	16,382	12,930	20,506	14,658
3 to 6 lbs.	142,173	117,537	124,978	103,429	87,125	51,334	58,320
Over 6 lbs.	90,138	64,616	51,053	35,377	26,572	23,238	32,309
Total Canned Hams:	246,844	194,003	190,348	155,186	126,627	95,078	105,287
Luncheon Meat	259,798	221,559	205,722	182,885	160,331	163,355	149,364
Pork Picnics & Loins	15,132	8,016	22,315	16,996	7,642	1,863	4,011
Vienna Sausage	96,736	84,952	90,792	86,763	73,045	89,492	111,506
Franks & Wieners	1,420	1,752	955	828	1,716	1,653	1,952
Misc. Sausage Products	27,045	21,922	21,115	20,936	16,348	11,304	16,170
Devilled Ham	12,291	10,802	9,746	8,142	8,718	8,097	9,310
Potted Products & Spreads	38,291	33,576	32,864	34,790	25,898	30,085	32,139
Total Misc. Canned Products	190,915	161,020	177,787	178,455	133,367	142,494	175,088
Total, Selected Products Listed Above	9,751,681	9,209,160	9,493,128	9,528,481	8,857,550	9,243,936	9,220,836

Source: *Meatfacts, American Meat Institute (from U.S. Department of Agriculture)*

APPENDIX 13

SELECTED CANADIAN EXPORTS TO THE UNITED STATES

SELECTED CANADIAN EXPORTS TO THE UNITED STATES

CITC	Commodity	1984		1985		1986		1987	
		Tonnes	$000 C	Tonnes	$000 C	Tonnes	$000 C	Tonnes	$000 C
11-22	Pork Bellies	20,605	45,003	22,554	52,381	22,189	59,504	23,881	62,673
11-24	Hams	50,378	113,170	53,857	115,997	65,340	168,818	66,338	168,645
11-28	Pork Spare-Ribs	1,902	5,759	5,122	14,959	7,003	24,509	7,323	26,648
11-29	Pork, nes*	65,959	142,030	82,471	180,615	85,210	230,153	101,751	275,941
	Total Fresh Pork	138,844	305,962	164,004	363,952	179,742	482,984	199,293	533,907
	% Increase over previous year			18.1	19.0	9.60	32.70	10.90	10.50
13-23	Bacon, cured	858	3,162	1,074	4,041	2,114	9,043	4,823	19,554
13-24	Hams, cured	407	2,760	976	4,265	1,008	5,516	1,642	9,005
12-29	Pork, cured, nes	291	779	1,428	4,077	1,845	5,510	2,599	7,674
15-09	Sausage, Fresh	79.6	326	112.4	347	87.3	327	133.8	678
15-18	Sausage, Cured	1,793	9,379	1,804	9,721	1,673	9,303	1,720	9,452
15-24	Boiled Hams	336.6	1,078	596.8	2,626	1,624.4	8,039	1,301.4	5,872
15-99	Cooked Meat, Not Canned	311.2	2,041	437.7	3,131	764.7	5,014	653	4,151
17-24	Canned Hams	33.1	147	8.3	27	–	–	3.5	5
17-29	Pork Canned, nes	18.7	34	8.7	32	–	–	1.9	13
17-99	Meat & meat prep. canned, nes	808.1	3,526	942.9	5,290	521	3,692	486.7	4,255
	Total Processed Meat	4,936.3	23,232	7,388.8	33,557	9,637.4	46,444	13,364.3	60,659
	% Increase over previous year			49.7	44.40	30.40	38.40	38.70	30.60

Source: *Domestic Exports by Commodities and Countries,* Statistics Canada Catalogue 65004
* not elsewhere specified

APPENDIX 14

COUNTRIES OF ORIGIN AND RESPONDENTS' LEVEL OF SATISFACTION

COUNTRIES OF ORIGIN
AND
RESPONDENTS' LEVEL OF SATISFACTION

COUNTRY	LEVEL OF SATISFACTION 1	2	3	4	5	TOTAL NO. RESPONDENTS	AVERAGE
Australia					3	3	5.00
Canada				1	10	11	4.91
Czechoslovakia					1	1	5.00
Denmark		2	2	5	11	20	4.25
Hungary			1			1	3.00
Netherlands				2	1	3	4.33
New Zealand					2	2	5.00
Poland			2	2	2	6	4.00
Romania			1			1	3.00
Sweden				1	5	6	4.83
Yugoslavia			4	1	4	9	4.00
TOTAL	0	2	10	12	39	63	

levels of satisfaction:

1 = low
2 = somewhat low
3 = neutral
4 = somewhat high
5 = high

APPENDIX 15

U.S. INDUSTRY TRADE FAIRS AND PUBLICATIONS

MAJOR HOG AND PORK INDUSTRY TRADE FAIRS

TRADE FAIR	LOCATION	WHEN HELD	CONTACT
American Convention of Meat Processors	Opryland Hotel Nashville, Tennesee	July 27-30, 1990	Mr. Stephen Krut (717) 367-1168
National Barrow Show	Austin, Minnesota	Sept. 11-13, 1989	Mr. Gerry Adwell (507) 437-5306
National Association of Animal Breeders (NAAB)	Green Bay, Wisconsin	Aug. 14-16, 1990	Mr. William Durfey (314) 445-4406
Keystone International Livestock Exposition	Harrisburg, Pennsylvania	Oct. 5-9, 1989	Mr. Charles A. Itle (717) 787-2905
World Pork Expo	P.O. Box 16383 Des Moines Iowa 50306	June 2-5, 1990	Mr. Ernie Barnes (515) 223-2600
American Meat Institute Convention and Exposition	McCormick Place Chicago, Illinois	Sept. 21-24, 1989	Ms. Barbara O'Dell (703) 841-2400
International Exposition for Food Processors	McCormick Place Chicago, Illinois	March 10-13, 1990	Ms. Nancy Janssen (703) 684-1080

PUBLICATIONS

Meat and Poultry. P.O. Box 2129, Martinez, CA 94553
Contact: Mr. Steve Bjerklie, Editor, (415) 372-6002

National Provisioner. 15 W. Huron, Chicago, IL 60610
Contact: Ms. Betty Steven, Editor, (312) 944-3380

Feed Stuffs. P.O. Box 2400, Minnetonka, MN 55343
Contact: Mr. John Scheid, (612) 931-0211

PORK 88. P.O. Box 2939, Shawnee Mission, KA 66201
Contact: Mr. Bill Newham, Editor, (913) 451-2200

APPENDIX 16

CANADIAN GOVERNMENT TRADE CONTACTS IN CANADA AND THE UNITED STATES

CANADIAN GOVERNMENT TRADE CONTACTS IN CANADA

U.S. Marketing Officer for this Sector
Department of External Affairs (UTD)
125 Sussex Drive, Ottawa, Ontario, K1A 0G2
Telephone: 613-993-7343/613-993-5911
Telex: 0533745
Fax: 613-996-9103

British Columbia
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
P.O. Box 11610
900 - 650 West Georgia Street
Scotia Tower
Vancouver, B.C.
V6B 5H8
Tel: 604-666-0434
Telex: 0451191
Fax: 604-666-8330

Saskatchewan
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
6th Floor
105 - 21st Street East
Saskatoon, Saskatchewan
S7K 0B3
Tel: 306-975-4353
Telex: 0742742
Fax: 306-975-5334

Manitoba
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Suite 608
330 Portage Avenue
Winnipeg, Manitoba
R3C 2V2
Tel: 204-983-2097
Telex: 0757624
Fax: 204-983-2187

Alberta
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
The Cornerpoint Building
Suite 505
10179 - 105th Street
Edmonton, Alberta
T5J 3S3
Tel: 403-420-2944
Telex: 0372762
Fax: 403-420-4507

International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Harry Hays Building
Suite 630
220 - 4th Avenue S.E.
Calgary, Alberta
T2P 3C3
Tel: 403-292-4575
Fax: 403-292-4578

Ontario
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
4th Floor
Dominion Public Building
1 Front Street West
Toronto, Ontario
M5J 1A4
Tel: 416-973-5000
Telex: 06524378
Fax: 416-973-8714

Quebec
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Stock Exchange Tower
800 Victoria Square
Room 3800, P.O. Box 247
Montreal, Quebec
H4Z 1E8
Tel: 514-283-6796
Telex: 05560768
Fax: 514-283-3302

International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
112 Dalhousie Street
Quebec, Quebec
G1K 4C1
Tel: 418-648-2506
Fax: 418-648-7291

Prince Edward Island
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Confederation Court Mall
134 Kent Street, Suite 400
P.O. Box 1115
Charlottetown, P.E.I.
C1A 7M8
Tel: 902-566-7400
Telex: 01444129
Fax: 902-566-7450

Northwest Territories
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
10th Floor
Precambrian Building
P.O. Bag 6100
Yellowknife, Northwest Territories
X1A 1C0
Tel: 403-920-8575
Fax: 403-873-6228

New Brunswick
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Assumption Place
770 Main Street
P.O. Box 1210
Moncton, New Brunswick
E1C 8P9
Tel: 506-857-6452
Telex: 0142200
Fax: 506-857-6429

Nova Scotia
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
Halifax, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel: 902-426-7540
Telex: 01922525
Fax: 902-426-2624

Newfoundland
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
St. John's, Newfoundland
A1B 3R9
Tel: 709-772-5511
Telex: 0164749
Fax: 709-772-5093

Yukon
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Suite 301
108 Lambert St.
Whitehorse, Yukon
Y1A 1Z2
Tel: 403-668-4655
Fax: 403-668-5003

CANADIAN GOVERNMENT TRADE COMMISSIONER OFFICES IN THE UNITED STATES

Washington
Canadian Embassy
Trade Promotion and Market
Access Section
Canadian Embassy
501 Pennsylvania Avenue N.W.
Washington, D.C. 20001
Tel: 202-682-1740
Fax: 202-682-7726
Telex: 0089664 (DOMCAN A WASH)
Territory: Washington, D.C., Maryland, Delaware, Eastern Pennsylvania (including Philadelphia) and Virginia

Atlanta
Canadian Consulate General
400 South Tower
One CNN Center
Atlanta, Georgia 30303-2705
Tel: 404-577-6810
Fax: 404-524-5046
Telex: 0542676 (DOMCAN ATL)
Territory: Alabama, Florida, Georgia, Mississippi, North Carolina, South Carolina, Tennessee, Puerto Rico, U.S. Virgin Islands

Boston
Canadian Consulate General
Three Copley Place, Suite 400
Boston, Massachusetts 02116
Tel: 617-262-3760
Fax: 617-262-3415
Telex: 940625 (DOMCAN BSN)
Territory: States of Maine, Massachusetts, New Hampshire, Rhode Island, Vermont,
Other Countries: Saint-Pierre-et-Miquelon

Buffalo
Canadian Consulate
One Marine Midland Center
Suite 3550
Buffalo, New York 14203-2884
Tel: 716-852-1247
Fax: 716-852-1247
Telex: 0091329 (DOMCAN BUF)
Territory: Western, Central and Upstate New York

Chicago
Canadian Consulate General
310 South Michigan Avenue, 12th Floor
Chicago, Illinois 60604-4295
Tel: 312-427-1031
Fax: 312-922-0637
Telex: 00254171 (DOMCAN CGO)
Territory: Illinois, Missouri, Wisconsin, the Quad-City region of Iowa

Cleveland
Canadian Consulate
Illuminating Building, Suite 1008
55 Public Square
Cleveland, Ohio 44113-1983
Cable: CANADIAN CLEVELAND
Tel: 216-771-0150
Fax: 216-771-1688
Telex: 00985364 (DOMCAN CLV)
Territory: States of Kentucky, Ohio, West Virginia, Western Pennsylvania

Dallas
Canadian Consulate General
St. Paul Place, Suite 1700
750 N. St. Paul Street
Dallas, Texas 75201-9990
Cable: CANADIAN DALLAS
Tel: 214-922-9806
Fax: 214-922-9811
Telex: 00732637 (DOMCAN DAL)
Territory: States of Texas, Arkansas, Kansas, Louisiana, New Mexico, Oklahoma

Detroit
Canadian Consulate General
600 Renaissance Centre
Suite 1100
Detroit, Michigan 48243-1704
Cable: CANADIAN DETROIT
Tel: 313-567-2340
Fax: 313-567-2164
Telex: 230715 (DOMCAN DET)
Territory: City of Toledo, States of Michigan and Indiana

Los Angeles
Canadian Consulate General
300 South Grand Avenue, 10th Floor
California Plaza
Los Angeles, California 90071
Tel: 213-687-7432
Fax: 213-520-8827
Telex: 00674119 (DOMCAN LSA)
Territory: States of Arizona, California, Clark County in Nevada

Minneapolis
Canadian Consulate General
701 Fourth Avenue South
Minneapolis, Minnesota 55415-1078
Tel: 612-333-4641
Fax: 612-332-4061
Telex: 290229 (DOMCAN MPS)
Territory: States of Iowa, Nebraska, Minnesota, North Dakota, South Dakota, Montana

New York
Canadian Consulate General
1251 Avenue of the Americas
New York, N.Y. 10020-1175
Cable: CANTRACOM NEW YORK CITY
Tel: 212-768-2400
Fax: 212-768-2441
Telex: 62014481 (DOMCAN NYK)
Territory: States of Connecticut, New Jersey, Southern New York
Other Countries: Bermuda

San Francisco
Canadian Consulate General
50 Fremont Street, Suite 2100
San Francisco, California 94105
Tel: 415-495-6021
Fax: 415-541-7708
Telex: 34321 (DOMCAN SFO)
62014485 (Easylink)
Territory: States of California (except the 10 southern counties), Colorado, Hawaii, Nevada (except Clark County), Utah, Wyoming

Seattle
Canadian Consulate General
412 Plaza 600, Sixth and Stewart
Seattle, Washington 98101-1286
Tel: 206-443-1777
Fax: 206-443-1782
Telex: 0328762 (DOMCAN SEA)
Territory: States of Alaska, Idaho, Oregon, Washington

Études sur les débouchés canadiens aux États-Unis

Porc transformé

Affaires extérieures Canada
External Affairs Canada

Canada

ÉTUDES SUR LES DÉBOUCHÉS CANADIENS AUX ÉTATS-UNIS

PORC ET VIANDES TRANSFORMÉES

JUILLET 1989

GROUPE CONSEIL PEAT MARWICK
OTTAWA

Pour obtenir d'autres exemplaires de la présente brochure, veuillez en faire la demande en écrivant ou en téléphonant au :

Info Export (BTCE)
Ministère des Affaires extérieures
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2

1-800-267-8376

Ottawa : (613) 993-6435

© Ministre des Approvisionnements et Services Canada 1988

N° de cat. E73-7/66-1988

ISBN 0-662-56039-6

Affaires extérieures Canada
External Affairs Canada

Le présent rapport a été rédigé par une équipe d'experts-conseils du Groupe Conseil Peat Marwick pour le compte du ministère des Affaires extérieures. L'analyse et les conclusions appartiennent donc à Peat Marwick et non au ministère des Affaires extérieures.

Le Groupe Conseil Peat Marwick et le ministère des Affaires extérieures suggèrent aux entreprises de ne pas utiliser le présent rapport comme seule source de référence pour mesurer le potentiel des débouchés identifiés. Chaque entreprise doit faire ses propres analyses et recherches pour vérifier l'étendue du créneau et les références de l'acheteur. Le ministère des Affaires extérieures n'en est pas moins disposé à offrir des conseils et des avis aux sociétés désireuses de profiter des perspectives mises en évidence dans l'étude ou que le marché semble leur offrir.

ÉTUDES SUR LES DÉBOUCHÉS CANADIENS AUX ÉTATS-UNIS

PORC ET VIANDES TRANSFORMÉES

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
SOMMAIRE	1
I - OBJECTIFS DE L'ÉTUDE	3
II - CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE DE PEAT MARWICK	4
III - IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE PORC ET DE VIANDES TRANSFORMÉES	6
Définition du secteur	6
Importations américaines 1982 - 1987	7
Perspectives de l'industrie américaine	11
IV - ÉTUDE DE MARCHÉ	15
Enquête auprès d'importateurs américains	15
Enquête auprès d'associations américaines	18
V - CONTEXTE	20
Méthodologie	21

ANNEXES

Annexe 1 -	Importateurs américains à la recherche de fournisseurs de produits précis	25
Annexe 2 -	Importateurs américains à la recherche de fournisseurs en général	33
Annexe 3 -	Importations américaines de porc et de viandes transformées en 1987 (Annexe A 13.0, 14.2 et 14.8)	43
Annexe 4 -	Importations américaines de certaines viandes de porc et viandes transformées d'Europe de l'Ouest, par pays, 1987	49
Annexe 5 -	Production et consommation de porc frais aux États-Unis	51
Annexe 6 -	Production américaine de jambon, inspectée par les autorités fédérales, et importations de jambon et d'épaules de porc en conserve	53
Annexe 7 -	Importations américaines de certaines viandes de porc et viandes transformées selon le poids, 1982 - 1987	55
Annexe 8 -	Marchés nord-américains du porc et de la viande de porc	61
Annexe 9 -	Lignes directrices de mise en marché destinées aux nouveaux exportateurs	63
Annexe 10 -	Tarifs douaniers des États-Unis applicables aux produits carnés et liste des droits de douane éliminés en vertu de l'Accord de libre-échange	65
Annexe 11 -	Exportations et importations américaines de certains produits carnés, 1982 - 1987	71
Annexe 12 -	Certains produits carnés, transformés conformément aux normes d'inspection fédérales	73
Annexe 13 -	Certains produits canadiens exportés vers les États-Unis	75
Annexe 14 -	Pays d'origine des fournisseurs et degré de satisfaction des répondants	77
Annexe 15 -	Publications et foires commerciales de l'industrie américaine	79
Annexe 16 -	Services commerciaux du gouvernement canadien au Canada et aux États-Unis	81

SOMMAIRE

Ce rapport traite de l'un des quelque 80 secteurs examinés dans le cadre d'une vaste étude commandée par la Direction générale de la promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement avec les États-Unis, du ministère des Affaires extérieures. L'objectif de la présente étude est de fournir une indication préliminaire des possibilités qui s'offrent d'accroître les exportations canadiennes aux États-Unis. Les données sont basées sur un sondage limité mené auprès d'importateurs et d'associations professionnelles des États-Unis représentant un large éventail de l'industrie américaine.

Chaque rapport vise à aider les sociétés canadiennes à recenser des débouchés qui pourraient justifier une étude plus approfondie. Les rapports n'analysent pas les industries canadiennes d'exportation ou leur compétitivité au plan international, mais ils fournissent d'autres types de renseignements qui devraient s'avérer utiles. Chaque rapport fournit par exemple des renseignements sur les sociétés qui étaient intéressées à trouver de nouvelles sources d'approvisionnement; certaines des informations données sont très spécifiques. Chaque rapport contient également des renseignements sur la taille et les parts du marché américain des importations, ainsi que sur les publications professionnelles et les foires commerciales que les sociétés recensées ont jugé les plus utiles. Les divers rapports de la série devraient intéresser tout particulièrement les petites et moyennes sociétés canadiennes qui n'exportent pas encore ou qui aimeraient accroître le niveau de leurs exportations aux États-Unis.

Le secteur du porc et de la viande transformée, qui fait partie de l'industrie de la viande, fait l'objet de la présente étude. La valeur des expéditions américaines de viande et de produits carnés, y compris la volaille, a dépassé 69,7 milliards de dollars US en 1987. Cependant, les États-Unis ont également importé du porc et des viandes transformées pour une valeur supérieure à 532 millions de dollars US, dont 52 % provenait des pays industrialisés. Les jambons et les épaules de porc en conserve ont représenté 86 % de ces importations. Tandis que la tendance vers une augmentation des volumes d'importation continue à s'accroître et que la part des pays européens dans ce marché est en baisse, le Canada a la possibilité d'augmenter le niveau de ses ventes dans cette industrie.

Une enquête a été menée auprès des importateurs américains de porc et de viandes transformées, qui avaient une certaine importance pour la présente étude, afin de déterminer l'incidence de la dévaluation du dollar américain sur les importations provenant des principaux pays industrialisés et les possibilités éventuelles qui s'offrent aux fabricants canadiens de substituer leurs produits à ces importations. (Une dévaluation du dollar américain par rapport au dollar canadien aurait également des répercussions sur les achats américains de porc et de produits carnés transformés canadiens). Un certain nombre de répondants (43,3 %) ont déclaré que la dévaluation du dollar américain avait eu pour effet d'accroître le prix des produits importés d'Europe. Bien qu'un nombre presque identique d'importateurs américains (46,7 % des répondants) n'aient signalé aucune modification du prix des produits importés, la majorité d'entre eux voulaient en connaître davantage sur les fournisseurs canadiens.

Ces importateurs américains ont signalé qu'ils préféraient recevoir de l'information sur les produits des entreprises canadiennes au moyen de brochures ou de contacts personnels établis par la société, ou en recevant les publications spécialisées. Les questions de base en matière d'importations de produits canadiens étaient le prix, la qualité, le besoin d'un complément à la production intérieure et, dans plusieurs cas, la continuité de l'approvisionnement.

Les représentants des associations d'industrie américaines ayant participé à l'enquête ont mentionné que les producteurs canadiens sont en mesure d'offrir des produits de bonne qualité. Par conséquent, ils considèrent l'industrie canadienne comme une industrie concurrentielle, en particulier au moment où le prix du porc dans les deux pays, lequel a un effet direct sur le prix des produits finis, suit la même tendance lorsque l'on prend en considération tous les facteurs comme le taux de change, le transport et les droits de douane.

I - OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Ce document fait partie d'une série de rapports couvrant quelque 80 secteurs manufacturiers. Ces rapports, préparés par Peat Marwick, ont été commandés par la Direction générale de la promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement - États-Unis, du ministère des Affaires extérieures. La série vise à donner une indication préliminaire des débouchés qui peuvent s'offrir actuellement aux États-Unis en raison de la montée du coût des importations canadiennes d'outre-mer. Les renseignements fournis sur la nature et la taille du marché des importations américaines ainsi que les informations données sur le marché et la commercialisation devraient aider les sociétés canadiennes à déterminer si une étude plus approfondie de certains débouchés est justifiée et, dans l'affirmative, à entreprendre un tel suivi. Il est probable que les rapports intéresseront tout particulièrement les petites et moyennes sociétés canadiennes qui n'exportent pas encore ou qui aimeraient accroître leurs exportations aux États-Unis.

Chaque rapport sectoriel identifie les principaux produits que les États-Unis importent depuis des pays dévelopés, explore l'effet du dollar américain sur le prix de ces importations, et indique lesquels de ces produits pourraient donner à nos fournisseurs de meilleures possibilités d'exportations aux États-Unis. Les statistiques du département américain du Commerce, sur lesquelles se fonde l'examen des exportations des États-Unis, ne correspondent pas toujours aux définitions que nous donnons aux mêmes secteurs de production au Canada. Quelques rapports montrent donc certaines différences entre les produits qui y sont analysés et les produits qui sont communément englobés dans le secteur pertinent. Mais tous les rapports définissent les produits qu'ils recouvrent de sorte que ces différences puissent être identifiées et prises en compte.

Le rapport donne certaines informations préliminaires sur l'exportation qui pourraient être utiles aux fabricants canadiens, énumère les foires commerciales et les publications professionnelles que préfèrent les exportateurs américains, examine les perceptions que les importateurs américains se font de l'incidence que l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis aura sur leurs achats de produits canadiens, et donne les listes tarifaires pertinentes montrant les étapes de mise en applications de l'Accord de libre-échange. Ces rapports ne contiennent aucune analyse des industries canadiennes d'exportation ou de leur compétitivité au plan international. Pour obtenir des renseignements spécifiques sur des débouchés offerts à leurs produits, les sociétés canadiennes sont invitées à contacter la Direction générale de la promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement - États-Unis, ou un délégué commercial du Canada aux États-Unis. (Les adresses sont données à la dernière annexe).

II - CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE DE PEAT MARWICK

L'industrie de la viande aux États-Unis est composée de deux secteurs : la viande rouge (le boeuf et le porc) et la volaille. La présente étude sur l'industrie de la viande porte sur le porc et les produits carnés transformés, notamment les jambons en conserve, les produits de porc salé et fumé, les divers types de saucisses et de saucissons, et certaines viandes en conserve.

En 1987, le total des exportations de l'industrie américaine de la viande rouge (excluant le secteur des produits de volaille) dépassait 2,8 milliards de dollars US. Ce chiffre comprend les abats comestibles, les peaux et le suif non comestible. De 1982 à 1987, les exportations de peaux et de suif non comestible représenté de 58,6 % à 67,3 % des principales catégories d'exportations de l'industrie de la viande rouge. Au même moment, les importations de viande rouge aux États-Unis ont augmenté régulièrement de 1,9 milliard de dollars US en 1982 à 3 milliards de dollars US en 1987. La part du Canada au chapitre des importations américaines de porc frais et congelé est passée de 96,4 % en 1982 à 72,9 % en 1987. Cette baisse est due, en particulier, à l'augmentation des exportations de porc des pays d'Europe de l'Ouest, ainsi qu'à l'exportation de porcs vifs du Canada vers des abattoirs aux États-Unis.

Un nombre considérable d'importateurs américains des produits à l'étude (43,3 %) ont signalé que la dévaluation du dollar américain avait eu pour effet d'augmenter le prix de leurs produits importés. Un nombre légèrement plus élevé (46,7 %) ont affirmé que cette dévaluation avait eu peu ou pas d'effets sur le prix de leurs produits importés. Toutefois, moins de la moitié des importateurs interrogés ont fait l'essai des produits canadiens. En outre, 46 des 53 répondants étaient intéressés à recevoir de l'information sur les produits canadiens et aimeraient que les fabricants canadiens sachent qu'ils s'intéressent aux sources d'approvisionnement offertes par le Canada.

Sur les sociétés interrogées, la décision de s'approvisionner à l'extérieur des États-Unis était fondée, de façon égale (65,5 % des répondants), sur le prix, la qualité et l'utilisation des produits importés comme complément aux produits intérieurs. Un peu plus d'un tiers des répondants avaient recours à l'importation parce que le produits en question n'était pas disponible sur le marché intérieur. Une grande majorité de ces importateurs (82,6 %) ont indiqué qu'aucun élément ne venait faire obstacle à l'approvisionnement au Canada. Par conséquent, la réaction concernant l'information sur les sociétés canadiennes était positive. On dénote une préférence marquée pour traiter avec les sociétés canadiennes au moyen de brochures ou par l'entremise de contacts personnels, ou en recevant des publications de l'industrie contenant des renseignements sur les sociétés et les produits canadiens. Les associations d'industries américaines indiquent que l'on perçoit le Canada comme source de produits de bonne qualité et, par conséquent, comme un concurrent viable.

Certains débouchés précis ont été découverts au cours de l'enquête auprès des importateurs américains. Ces débouchés concernent des produits qui ne font pas l'objet de l'étude, mais que nous avons quand même inclus dans le présent rapport à titre d'information seulement. Certaines sociétés américaines sont actuellement à la recherche de fournisseurs de jambon frais et en conserve, de porc frais et congelé et de jambon transformé, de parures de porc, de longes de porc de 17 à 20 livres, de saucisses et de saucissons, de flancs de porc frais, de jambon désossé et de boeuf maigre désossé à 90 %. On trouvera l'information sur les sociétés voulant acheter ces produits à l'annexe 1. On trouvera également à l'annexe 2 une liste des sociétés qui sont, de façon générale, intéressées à en apprendre davantage sur les fournisseurs canadiens de produits de porc transformé.

Le ministère des Affaires extérieures recommande aux sociétés canadiennes qui envisagent de communiquer avec une société américaines de consulter d'abord le délégué commercial du bureau le plus rapproché de cette société afin d'obtenir des conseils, de l'aide et d'autres renseignements. Les services commerciaux du gouvernement canadien au Canada et aux États-Unis sont précisés à l'annexe 16.

III - IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE PORC ET DE VIANDES TRANSFORMÉES

Ce chapitre fournit de l'information sur les tendances et niveaux récents des importations américaines, ainsi qu'un sommaire des perspectives à court terme pour ce secteur. Lorsque les définitions du secteur varient entre ces diverses sources, ou qu'elles ne concordent pas avec celles qui sont généralement utilisées au Canada, ces différences sont notées, avec leurs incidences connues. Pour rendre l'information plus utile, nous mentionnons également les produits du secteur visés par le rapport ainsi que la façon dont ils ont été choisis.

DÉFINITION DU SECTEUR

Les produits visés par ce rapport ont été choisis selon la valeur en douane des importations américaines depuis l'Europe et le Canada, déclarée par le département du Commerce (USDOC). Par conséquent, les définitions du secteur utilisées par l'USDOC ont effectivement défini les produits (pouvant être choisis) pour ce rapport. Le choix des produits s'est fait en examinant d'abord tous les grands groupements de produits de l'USDOC, exprimés par des codes à 4 chiffres (par exemple, la viande et les produits carnés, préparés ou en conserve, n.d.a.* [Annexe A 14.8]). Lorsque les importations combinées depuis le Japon, l'Europe et le Canada étaient importantes, la liste des produits a été raffinée au niveau plus détaillé et spécifique du code à 7 chiffres (par exemple, les jambons et les épaules de porc, préparés et en conserve, désossés, cuits et dans des contenants hermétiques [Annexe A 148020]).

L'annexe 3 présente la liste des importations américaines, en 1987, de tous les produits ou groupes de produits identifiés par un code à 7 chiffres qui appartiennent à la catégorie du code à 4 chiffres sélectionnée pour le présent rapport. Pour effectuer le choix initial des produits ou groupes de produits, un montant minimal de 80 millions de dollars US d'importations du Japon, de l'Europe de l'Ouest et du Canada vers les États-Unis a servi de base. Toutefois, après consultation des représentants du gouvernement et de l'industrie possédant une expertise dans le secteur du porc et des viandes transformées, d'autres produits et groupes de produits ne répondant pas aux critères susmentionnés ont été ajoutés à notre liste lorsqu'ils semblaient avoir un grand intérêt commercial. Par contre, on a laissé de côté quelques produits ou groupes de produits qui ne semblaient pas soulever un intérêt commercial suffisant. On trouvera plus de précision sur le processus de sélection dans la partie du chapitre 5 intitulée "Contexte". En raison du raffinement des descriptions de secteur et des autres rajustements, il se peut qu'il y ait quelques différences entre les chiffres du présent rapport et ceux du Survol publié en juin 1988. Le cas échéant, les chiffres indiqués dans le présent rapport ont préséance.

---

*Non dénommé(e)s ailleurs

Sur la base du processus susmentionné, et en nous rappelant que bon nombre de groupes de produits, dont la valeur anuelle des importations est inférieure à 80 millions de dollars US, sont d'un intérêt majeur pour les petites sociétés canadiennes qui produisent des viandes transformées, nous avons englobé ici les produits et groupes de produits suivants :

- Les jambons et épaules de porc, préparés ou en conserve, non désossés, cuits ou dans des contenants hermétiques (Annexe A 0130020)

- Le bacon, non désossé, cuit et dans des contenants hermétiques (Annexe A 0130040)

- Le porc, n.d.a., préparé et en conserve, non désossé, cuit ou dans des contenants hermétiques (Annexe A 0130060)

- Les saucisses de porc (Annxe A 0142025)

- Les saucisses de boeuf (Annexe A 0142045)

- Les saucisses, sauf de boeuf et de porc (Annexe A 0142060)

- Les jambons et épaules de porc, préparés ou en conserve, désossés, cuits et dans des contenants hermétiques (Annexe A 0148020)

- Le bacon, désossé, cuit et dans des contenants hermétiques (Annexe A 0148030)

- Le porc n.d.a., préparé ou en conserve, désossé, cuit et dans des contenants hermitiques (Annexe A 0148040)

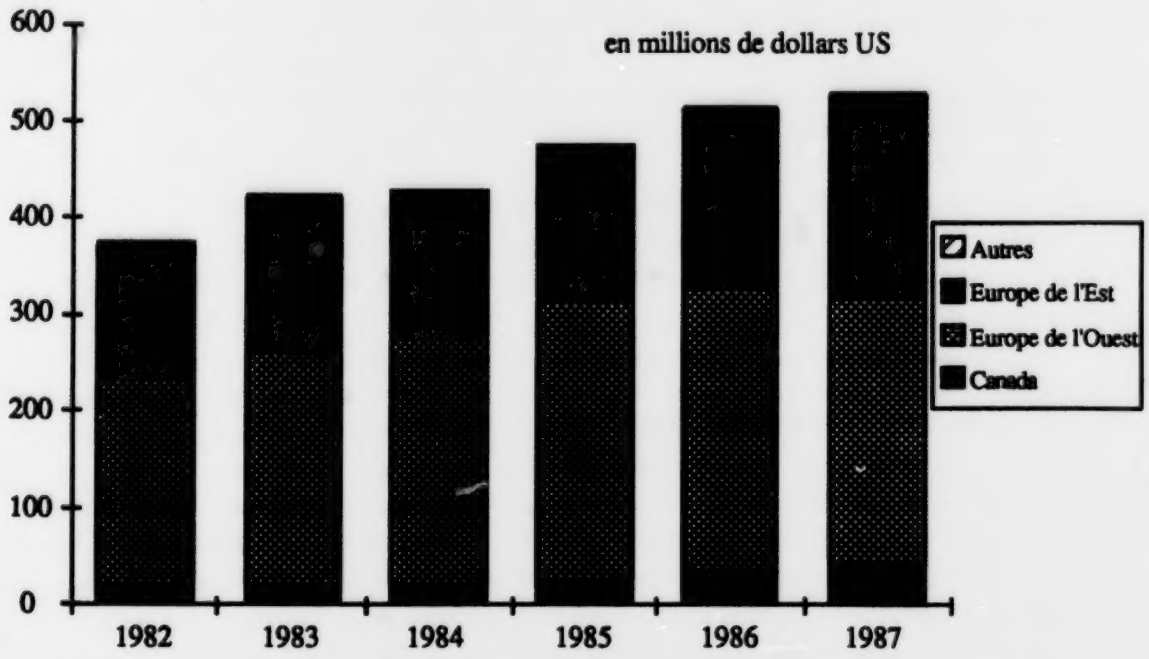
IMPORTATIONS AMÉRICAINES 1982 - 1987

L'annexe 4 présente une répartition par pays de l'Europe de l'Ouest (1987) de chacun de ces groupes de produits. En 1987, les importations de l'Europe de l'Ouest vers les États-Unis représentaient 51,7 % des 531,6 millions de dollars US. Le principal fournisseur était le Danemark avec 45 % du total des importations pour 1987.

Le graphique 1 ci-dessous brosse un tableau des importations de ces groupes de produits de 1982 à 1987 inclusivement. Le total des importations américaines pour les groupes faisant l'objet de l'étude est passé de 374,7 millions de dollars US en 1982 à 531,6 millions de dollars US en 1987, pour un taux de croissance annuel moyen de 7,3 %. En 1982, les produits des pays d'Europe de l'Ouest ont représenté 58,2 % de la totalité des importations de ces groupes; les seules expéditions du Danemark ont totalisé 82 % de toutes les expéditions en provenance d'Europe de l'Ouest. En 1987, la part de l'Europe de l'Ouest au chapitre des importations de ces produits vers les États-Unis avait chuté à 51,7 %. Au même moment, la part des importations du Canada pour les neuf groupes de produits d'intérêt était passée de 4,4 % en 1982 à 7,9 % en 1987.

GRAPHIQUE 1

TOTAL DES IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINES VIANDES DE PORC ET VIANDES TRANSFORMÉES



Source : U.S. General Imports and Imports for Consumption, Département américain du Commerce

Bien que la part du marché du Canada soit petite par rapport à celle des pays d'Europe de l'Est et de l'Ouest, il est important de souligner que les jambons et les épaules de porc, préparés et en conserve, dans des contenants hermétiques (Annexe A 0148020) représentaient 86,1 % du total des importations américaines pour 1987 des neuf groupes de produits faisant partie de l'étude. Un pourcentage assez important de ces importations de jambons et d'épaules de porc se présentaient sous la forme de jambons en conserve d'une à trois livres destinés aux consommateurs, domaine où les transformateurs canadiens ne sont pas concurrentiels. Les transformateurs européens jouissent d'un avantage concurrentiel net en raison de leurs économies d'échelle et de leur importante capacité de livraison liée à leurs installations de production beaucoup plus imposantes.

Pour évaluer les débouchés qu'offre le marché américain aux éventuels exportateurs canadiens de porc et de viandes transformées, il est important de faire le lien entre le niveau des importations américaines et le marché total pour ces produits. Cet exercice est difficile à effectuer en raison du manque de rigueur de la nomenclature pour certaines catégories de produits de l'étude et des écarts dans les statistiques sur les exportations et les importations entre le Canada et les États-Unis. Néanmoins, il est possible d'apporter certaines précisions sur la taille du marché américain et sur les importations par groupes de produits. Il est important de se rappeler que tous les chiffres sont, au mieux, des approximations. Comme l'industrie de la viande a tendance à évaluer la production et les marchés par le poids plutôt que par la valeur en dollars, la présente évaluation ne se base que sur le poids.

De 1982 à 1987 inclusivement, les importations américaines annuelles de porc frais et congelé sont passées de 612 millions de livres à 1,2 milliard de livres. Au même moment, ces importations indiquaient une augmentation du pourcentage de consommation intérieure de porc, lequel est passé de 4,2 % en 1982 à 7,8 % en 1987. (Voir l'annexe 5.)

En 1982, les importations de jambons et d'épaules de porc en conserve, lesquels comprenaient les produits dans des contenants hermétiques autres que les boîtes de conserve, totalisaient 206,2 millions de livres, par rapport à une production intérieure de conserves de 194 millions de livres. Les chiffres de la production intérieure ne comprennent pas les produits autres qu'en conserve. En 1987, les chiffres respectif étaient 299,9 millions de livres et 105,3 millions de livres. (Voir l'annexe 6.) Au cours de la même période, la production de jambons fumés, séchés et salés (qui comprennent les jambons cuits) est passée de 1,66 milliard de livres à 1,74 milliard de livres. Ainsi, au cours de cette période, la taille du marché s'est accrue de quelque 81,1 millions de livres pour tous les types de jambon.

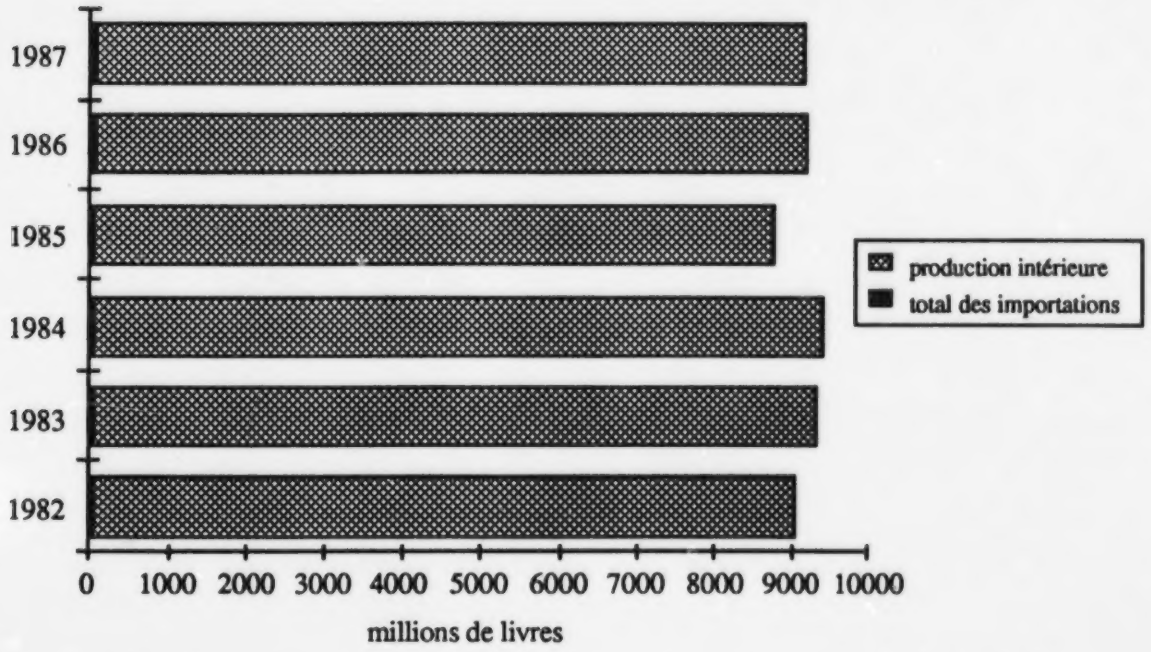
Les importations américaines de jambons et d'épaules de porc en conserve sont constituées de petits formats pour la consommation individuelle et de gros formats à trancher. Toutefois, les statistiques pour déterminer la taille relative de ces deux marchés ne sont pas disponibles. Tandis que les transformateurs canadiens ne sont, de façon générale, pas en mesure de faire concurrence aux

producteurs européens dans le domaine de la production des morceaux de une à trois livres, il n'existe aucune raison de croire qu'ils ne peuvent pas s'accaparer une part du grand marché du jambon à trancher, soit en conserve, soit dans des contenants de plastique sous vide. En fait, certaines entreprises canadiennes ont déjà commencé à le faire.

Il est beaucoup plus difficile de faire le rapport entre les importations des autres catégories de viandes transformées et la production américaine des ces produits. Toutefois, le graphique 2 ci-dessous indique le total des importations de certains produits carnés transformés (sauf les jambons et les épaules de porc) par rapport à la production totale intérieure de ces mêmes produits aux États-Unis. L'annexe 7 indique les niveaux d'importations de chacun des neuf groupes de produits.

GRAPHIQUE 2

PRODUCTION INTÉRIEURE ET IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINES VIANDES DE PORC ET VIANDES TRANSFORMÉES



Source : U.S. General Imports and Imports for Consumption, Département américain du Commerce, 1988 U.S. Industrial Outlook, Département américain du Commerce

Comme l'indique le graphique 2, au cours de la période de l'étude, les importations pour les huit autres groupes de produits (sauf les jambons et les épaules de porc en conserve) sont passées de 23,9 millions de livres à 62,4 millions de livres, soit de 374,7 millions de dollars US à 531,6 millions de dollars US. Malgré cette augmentation, elles ne représentent qu'un faible pourcentage de la production américaine, et ce, bien que ce pourcentage ait augmenté de deux fois et demi. Au même moment, la part du Canada au chapitre de ces importations est passée de 28,8 % à 36,4 % du total. Il sembleraient que les exportateurs canadiens se sont trouvé un créneau qui leur serait propre à l'intérieur du marché, et qu'il est possible que les autres leur emboîtent le pas. Il se peut que les États-Unis imposent des contrôles plus stricts sur les importations d'Europe de l'ouest, suite aux désaccords internationaux actuels sur le commerce des produits agricoles; ainsi, les exportateurs canadiens tireraient profit de la situation.

L'annexe 8 fournit des renseignements à caractère commercial supplémentaires sur le rapport entre le prix des coupes de porc demandé au Canada et aux États-Unis. Les lignes directrices pour les nouveaux exportateurs canadiens se trouvent à l'annexe 9.

Étant donné que les droits américains sur le porc et les viandes transformées du Canada sont inexistants ou minimes, l'élimination de ces droits de douane dans le cadre de l'Accord de libre-échange aura peu d'effet sur l'industrie. Aucun droit de douane ne s'applique au commerce du porc frais et congelé, tandis que les produits carnés transformés sont soumis à une taxe de 2,2 cents le kilo. L'annexe 10 contient une liste des tarifs douaniers.

PERSPECTIVES DE L'INDUSTRIE AMÉRICAINE

Cette partie se fonde sur l'édition 1988 de U.S. Industrial Outlook que publie l'USDOC. Cette information permet de prévoir de façon générale les perspectives à court terme, et donne une idée des tendances et développements attendus notamment dans le secteur américain du porc transformé. Cette information peut être intéressante, mais les lecteurs sont priés d'utiliser prudemment ces données pour les raisons suivantes.

Premièrement, même si l'USDOC est la source de la partie intitulée "Importations américaines 1982-1987" (voir le sommaire précédent) et de la présente partie intitulée "Perspectives de l'industrie américaine", il utilise deux systèmes différents de classement des produits. Ces différences peuvent sembler imperceptibles. Dans certains cas, des titres légèrement différents peuvent refléter des ensembles de produits très similaires; dans d'autres cas, des titres similaires pour les secteurs et groupes de produits englobent une gamme de produits un peu différente. Ainsi, les prévisions de marché indiquées dans cette partie intituée "Perspectives de l'industrie américaine" pourraient s'appliquer à une gamme de produits un peu différente de celle utilisée dans le reste du présent rapport.

Deuxièmement, même si la plupart des parties de "Perspectives de l'industrie américaine" concernent l'ensemble du secteur, d'autres visent des produits ou groupes de produits spécifiques. Les prévisions faites aux deux niveaux doivent être soigneusement évaluées puisqu'elles peuvent diverger considérablement des perspectives pour tout produit qu'elles englobent. On recommande donc que les données sur les perspectives ne servent qu'à offrir une idée générale des perspectives à court terme dans ce secteur.

L'industrie de la viande change, alors que les producteurs de viande rouge voient leur part du marché s'effriter au profit des producteurs de volaille. Plusieurs facteurs ont des effets négatifs sur la production et les expéditions de produits de viande rouge. Les préoccupations croissantes pour la santé et le régime alimentaire, conjuguées au lancement sur le marché de produits à <<valeur ajoutée>> par les producteurs de volaille ont fait s'accroître le taux de consommation de volaille de 7,9 % et chuter celui du boeuf de 4,3 %, tandis que le taux de consommation du porc est demeuré le même en 1987. Bien que le prix de la volaille ait subi une augmentation de 9 % en raison de la forte demande, l'augmentation du prix de la viande rouge a été supérieure pour le boeuf et le porc (10,4 % et 14,6 %) en raison de la faiblesse de l'offre.

En 1987, la valeur des exportations américaines a augmenté de 17 % par rapport à 1986 dans le cas des produits de volaille, mais cette augmentation pour la viande rouge n'était que de 10 %. La production intérieure de viande rouge aux États-Unis a atteint son niveau le plus bas depuis 1989, et les importations ont augmenté de 22 % (principalement du boeuf désossé et du porc frais). Cette situation a amené les États-Unis à négocier des accords de restriction volontaire avec tous ses principaux fournisseurs de boeuf afin d'éviter l'imposition de quotas. L'Australie, le Canada, la Nouvelle-Zélande et le Danemark sont les principaux fournisseurs de boeuf, tandis que le Canada et le Danemark le sont pour le porc frais et congelé. Les importations américaines de viande rouge provenaient de ces pays dans une proportion de 77 % en 1987.

Le total des importations américaines de viande rouge s'est accru de façon régulière, passant de 1,9 milliard de dollars US en 1982 à plus de 3 milliards de dollars US en 1987. Les exportations de l'industrie de la viande aux États-Unis ont également été en hausse au cours de cette période, atteignant 2,8 milliards de dollars US en 1987. Bien que les importations se composent surtout de boeuf, de proc et de viandes transformées, le suif non comestible et les peaux ont totalisé de 58 % à 67 % de la valeur des exportations de produits de l'industrie de la viande rouge au cours des quelques dernières années. (Voir le tableau 1 de l'annexe 11.) La part du Canada au chapitre des importations américaines de porc frais et congelé a chuté, passant de 96,4 % en 1982 à 72,9 % en 1987 (Voir le tableau 2 de l'annexe 11). Les pays d'Europe de l'Ouest ont accru leur part du marché. La production de porc de la CEE, qui a excédé la demande et le niveau de consommation, est à l'origine de l'augmentation du volume d'exportation de porc vif du Canada vers des abattoirs aux États-Unis, limitant le marché d'exportation ouvert aux coupes de porc des sociétés de transformation. Cela constitue un autre facteur à la source de la baisse de la part du marché du Canada.

Il est important d'associer les importations et les exportations de viande et de produits carnés à la production et aux tendances de consommation intérieures. L'annexe 12 donne la répartition de la production de certains types de viandes transformées inspectés par le gouvernement américain de 1981 à 1987 dans les catégories de produits qui pourraient intéresser les exportateurs canadiens.

Au cours de la période de l'étude, la production de produits de porc fumé, séché ou cuit est demeurée relativement stable, aux environ de 4 milliards de livres, tandis que celle de la saucisse s'élevait à environ 5 milliards de livres. La production de jambon en conserve et de hachis de jambon en conserve a diminué régulièrement. De façon générale, la production des diverses viandes et saucisses en conserve a également subi une baisse. La diminution de la production intérieure a largement été compensée par l'augmentation des importations de ces produits, surtout en provenance d'Europe, soit des pays de la CEE, soit du bloc de l'Est. La qualité et le prix ont joué un grand rôle dans le passage des produits intérieurs importés.

Au cours de cette même période, les exportations canadiennes de produits de ces catégories vers les États-Unis ont également augmenté de façon phénoménale. Les exportations canadiennes de porc frais et congelé et de produits carnés transformés aux États-Unis de 1984 à 1987 inclusivement figurent à l'annexe 13. Les produits de la liste des codes NCCI 13-23, 13-24 et 13-29 comprennent tant les produits salés que les produits salés et fumés. Bien que les exportations canadiennes de produits transformés ne représentent qu'une petite fraction du total des importations, il existe des créneaux de marché pour les produits de haute qualité qui attendent d'être exploîtés. Le conflit commercial grandissant entre les États-Unis et la CEE nous porte à croire que les exportateurs canadiens peuvent réussir à augmenter leur part de marché aux États-Unis.

À court terme, l'USDOC prévoit des baisses de niveaux de production et de consommation du boeuf et des hausses pour ce qui est du porc et de la volaille. Bien que l'on s'attend que le niveau de consommation de l'industrie du boeuf continue à diminuer au cours des cinq prochaines années, les bénéfices de l'industrie augmenteront grâce à l'innovation en matière de produits (produits à <<valeur ajoutée>>) et à la fermeture d'usines inefficaces. L'USDOC prévoit une augmentation annuelle de la valeur des expéditions de viande de 1,4 % à 2,3 % et deux fois plus d'exportations d'ici 1992, alors que les marchés des pays de la couronne du Pacifique deviennent plus accessibles.

Ce chapitre a fourni une définition des produits visés par le présent rapport, les critères utilisés pour leur sélection ainsi qu'un sommaire des importations américaines de ces produits entre 1982 et 1987. Nous avons également donné, dans la mesure du possible, les perspectives à court terme pour l'industrie américaine correspondante. Comme ce rapport ne vise qu'à fournir un aperçu sectoriel et une indication des possibilités qui pourraient s'offrir d'accroître nos exportations, les lecteurs sont fortement encouragés à étudier plus à fond tout débouché potentiel identifié.

On encourage tous les utilisateurs du présent rapport qui sont intéressés à approfondir leurs recherches relativement à des marchés précis à communiquer avec les services commerciaux du gouvernement canadien, dont la liste figure à la dernière annexe de ce rapport, pour déterminer quels sont les appuis dont ils peuvent se prévaloir.

IV - ÉTUDE DE MARCHÉ

ENQUÊTE AUPRÈS DES IMPORTATEURS AMÉRICAINS

Les importateurs américains de viande de porc transformée que nous avons interrogés dans le cadre de la présente étude ont été choisis à partir de diverses sources, dont le rapport que nous a remis le service d'information Journal of Commerce Piers Port Import/Export Reporting Service. Ce rapport contenait des données sur les livraisons effectuées pendant trois mois en 1987 et classait les importateurs de produits des principaux pays développés d'après le volume des importations. Outre cette liste, nous avons utilisé des renseignements provenant des bureaux du ministère des Affaires extérieures aux États-Unis ainsi que des listes provenant d'associations professionnelles et de nombreuses publications de l'industrie.

L'étude portera au total sur environ 80 secteurs d'activité industrielle, mais le nombre d'entrevues menées dans chaque secteur dépendra du niveau de concentration des entreprises et de la diversité des produits fabriqués dans chaque secteur. Au total, nous aurons mené plus de 4 000 entrevues auprès d'entreprises américaines. Le nombre d'entrevues menées dans chaque secteur varie de 30 à 100 et dépend du degré de concentration de l'industrie et de la diversité des produits de chaque secteur. Pour le secteur du porc et de la viande transformée, 53 questionnaires ont été remplis.

Résultats des entrevues

Sur les 53 entreprises interrogées, le tableau 1 ci-dessous indique le nombre qui importent chaque produit, ainsi que le nombre de répondants qui jugent que tel produit constitue une importation majeure.

Tableau 1
Nombre de répondants

Produit	Important chaque produit	Considérant le produit comme une importation majeure
Frais/congelé :		
Jambons	10	10
Épaules de porc	13	8
Socs	7	3
Épaules Picnic	2	
Dos	5	
Longes	1	
Flancs	14	7
Côtes	7	
Parures	3	3
Produits de porc salé		
Transformés :		
Bacon	2	2
En conserve :		
Jambons	16	14
Épaules	10	8
Socs	1	
Dos	1	
Bacon	2	
Hachis de jambon en conserve	1	

Le tableau 2, ci-dessous, présente les principaux fournisseurs étrangers des importateurs américains interrogés, le nombre de répondants approvisionnés par chacun des pays et le degré de satisfaction globale des importateurs à l'égard de leurs fournisseurs. Les résultats détaillés pour tous les pays qui fournissent des produits aux répondants sont présentés à l'annexe 14.

Tableau 2

	Nombre de répondants	Degré de satisfaction (max. = 5,0)
Danemark	20	4,3
Canada	11	4,9
Yougoslavie	9	4,0
Pologne	6	4,0
Suède	6	4,8
Hollande	3	4,3
Australie	3	5,0

Les résultats de l'enquête montre que la majorité des répondants étaient satisfaits de leurs fournisseurs, tandis que quelques-uns d'entre eux se plaignent de la variation des expéditions, de l'instabilité des prix et de la faible qualité. Les raisons pour lesquelles les répondants s'approvisionnent auprès de leurs fournisseurs actuels sont les suivantes :

- sources d'approvisionnement complémentaires à celles des États-Unis (65,5 % des répondants);
- prix moins élevés (65,5 % des répondants);
- qualité supérieure (65,5 % des répondants);
- produit non disponible aux États-Unis (37,9 % des répondants)

Bien que moins de la moitié de tous les répondants interrogés (43,3 %) aient répondu que la dévaluation du dollar US par rapport à bon nombre d'autres monnaies a accru le prix de leurs importations, un nombre supérieur (46,7 %) ont signalé que cette situation n'avait eu aucune répercussion sur les prix des produits importés. Seulement 45,3 % de ces répondants avaient eu recours à des fournisseurs canadiens; cependant, 91,7 % d'entre eux étaient satisfaits. En outre, la plupart des répondants qui n'ont pas essayé les produits canadiens sont intéressés à recevoir des informations à leur sujet. La majorité des répondants (82,6 %) ont signalé qu'ils ne voyaient aucun obstacle au commerce avec des entreprises canadiennes. Cependant, un certain nombre étaient préoccupés par les règlements sur les frontières et par la capacité de livraison. Seulement un petit nombre de ceux qui n'avaient jamais fait l'essai des produits canadiens ont montré peu d'intérêt envers les sociétés canadiennes et les produits disponibles. Voici les motifs invoqués pour ce manque d'intérêt :

- la société est satisfaite de ses fournisseurs américains;
- les règlements syndicaux ou les exigences de la loi forcent la société à s'approvisionner auprès des sources intérieures;
- la société est petite et ne sert que la collectivité où elle se trouve;
- la qualité.

La grande majorité des importateurs américains (84,48 %) ayant répondu à l'enquête étaient interessés à recevoir des informations sur les sociétés canadiennes et leurs produits, principalement sous forme de brochures envoyées directement par les sociétés en question. Tandis qu'un bon nombre des

représentants de sociétés ont eu une réaction favorable lorsque certaines entreprises canadiennes les ont contactés personnellement, quelques-uns ont fait part de leur intérêt à obtenir des informations lors de foires commerciales. Tandis qu'un quart des sociétés ayant pris part à l'enquête ont fondé leurs décisions d'achat sur les informations données dans les publications de l'industrie, les contacts personnels et les distributeurs ont également influé sur ces décisions. National Provisioner Yellow Sheet/Provisioner, Meat Processing et Meat and Poultry sont les publications les plus lues. Les foires commerciales les plus fréquentées sont le congrès annuel de l'American Meat Institute qui se tient à Chicago tous les deux ans et dans une autre ville américaine d'importance l'autre année, et le Deli/Fairy Fair de New York.

En réponse à la question sur l'incidence de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis sur leur politique d'achat, moins du tiers des importateurs américains contactés ont signalé que leurs achats de produits canadiens augmenteraient probablement. Tandis que 34,8 % des répondants ne connaissent pas encore les effets d'un tel accord, plus d'un tiers d'entre eux (37 %) ne s'attendaient pas que l'Accord touche leur volume d'achat.

Tandis que 84.4 % des répondants étaient généralement interessés à obtenir des renseignements sur les produits offerts par les sociétés canadiennes, sept importateurs américains cherchent actuellement des fournisseurs de produits précis. La liste de ces entreprises se trouve à l'annexe 1.

L'annexe 2 consiste en une liste des importateurs américains qui s'intéressent aux fournisseurs canadiens de viande de porc transformée, en général.

ENQUÊTE AUPRÈS D'ASSOCIATIONS AMÉRICAINES

Nous avons communiqué avec des associations américaines pour compléter les renseignements recueillis auprès des importateurs et pour présenter le point de vue de l'industrie sur le commerce de la viande de porc transformée. Voici les associations interrogées ainsi qu'une description de leur mandat :

- United States Meat Export Federation (USMEF) : fait la promotion outre-mer de la viande rouge (notamment le boeuf, le porc et l'agneau);

- American Meat Institute (AMI) : représente les conditionneurs, les fabricants, les transformatteurs et les fournisseurs dans le secteur de la viande et effectue des recherches dans divers domaines comme la commercialisation et la formation industrielle;

- National Pork Producers Council (NPPC) : représente 100 000 producteurs de porc et est la plus grande association commerciale de producteurs de porc.

Nous avons interrogé ces associations pour obtenir les renseignements suivants :

- les tendances du marché et les prévisions relatives à l'industrie;
- l'effet dans l'industrie du dollar sur les échanges dans l'industrie américaine de la viande de porc transformée;
- les principales foires commerciales de l'industrie;
- les principales publications de l'industrie;
- l'effet possible de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis sur l'industrie;
- des avis sur les points forts et les points faibles de l'industrie canadienne.

Résultats de l'entrevue

Les prévisions des associations concernant la croissance de l'industrie varient. L'USMEF prévoit une croissance positive de l'industrie en raison d'un récent accord entre le Japon et les États-Unis, tandis que les autres associations ne prévoient pas une croissance en raison des prix élevés causés par la baisse de l'offre de porc et les répercussions incertaines de la baisse de la valeur du dollar.

Étant relativement peu informés sur l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, les associations n'ont fait que de vagues conjectures au sujet des effets possibles de cet accord commercial entre les deux pays. En outre, la plupart des associations voient l'industrie canadienne comme une industrie concurrentielle vis-à-vis de celle des États-Unis. Le NNPC en particulier a mentionné que les produits canadiens sont de bonne qualité.

Les associations américaines de l'industrie ont dressé la liste des foires commerciales qu'elles considèrent comme les plus importantes : ANUGA, FOODEX, SIAL, American Convention of Meat Processors, National Barrow Show, National Association of Animal Breeders, Keystone International Livestock Exposition et World Pork Expo. L'annexe 15 contient d'autres informations sur les foires commerciales, ainsi que les noms des publications de l'industrie afférentes fournies par les associations. Il est à noter que plusieurs de ces foires commerciales ne sont liées qu'à la production de bétail.

V - CONTEXTE

Il y a quelques années, les États-Unis affichaient de légers déficits commerciaux que compensaient des recettes de plus de 140 milliards de dollars US tirées des placements américains à l'étranger. Le budget américain était habituellement déficitaire, mais l'épargne intérieure était bien supérieure au déficit. Par conséquent, le solde du compte courant s'en trouvait toujours positif.

Lors de la relance de l'économie américaine qui suivit la récession de 1981-1982, la demande a progressé plus rapidement que la production. Les importations ont augmenté considérablement pour combler l'écart. À la fin de 1983, le déficit commercial atteignait près de 69 milliards de dollars US. Ces phénomènes se sont maintenus jusqu'en 1985 et ont poussé le déficit commercial à 148 milliards de dollars US. Le déficit budgétaire du gouvernement fédéral a plus que doublé en proportion du PNB et l'épargne a chuté à son niveau le plus bas.

Sous cette pression, le dollar américain a commencé à fléchir sur le marché international des changes. À la fin de 1987, le dollar américain avait perdu 48 % de sa valeur par rapport au yen japonais, 48 % également par rapport au mark allemand, 44 % par rapport à la couronne danoise, 43 % par rapport au franc français et 39 % par rapport à la lire italienne. En fait, le dollar américain s'est déprécié par rapport aux monnaies de tous les grands pays industriels de l'Occident, à l'exception du dollar canadien. À la fin de 1987, le déficit commercial atteignait le niveau record de 171 milliards de dollars US car le prix des importations augmentait plus rapidement que ne diminuait le volume des importations.

D'après les statistiques du troisième trimestre de 1988, la valeur du dollar américain s'est stabilisée par rapport aux monnaies de la plupart des autres pays industriels occidentaux. Les modifications antérieures du cours des monnaies commencent à peine à se répercuter sur les échanges commerciaux. Les fournisseurs étrangers des États-Unis qui avaient réussi à réduire leur marge bénéficiaire pendant de nombreux mois ont été contraints d'augmenter leurs prix. Les statistiques commerciales n'ont pas reflété les changements immédiatement car la valeur des importations s'est maintenue alors que le volume diminuait.

Le déficit commercial prévu pour 1988 (125 milliards de dollars US) indique que le rajustement des monnaies aboutit enfin à l'effet souhaité. La faiblesse du dollar américain semble entraîner des importations décidément élevées. Toutefois, certains analystes estiment que le dollar américain doit chuter encore plus bas pour que le déficit commercial tombe en deça du niveau de 100 milliards de dollars.

Bien que le dollar canadien se soit renforcé récemment par rapport au dollar américain, sa valeur, pour l'essentiel, a suivi un mouvement parallèle à celle du dollar américain relativement aux autres monnaies internationales. Ces phénomènes devraient contribuer à stimuler le commerce bilatéral entre le Canada et les États-Unis. L'appréciation des monnaies des pays développés par rapport aux monnaies nord américaines devrait accroître les débouchés des entreprises canadiennes de fabrication et de prestation de services aux États-Unis, ainsi que les débouchés des entreprises américaines au Canada.

MÉTHODOLOGIE

L'analyse des possibilités qui s'offrent aux entreprises canadiennes de remplacer les importations américaines provenant de l'Europe et du Japon fut amorcée à un niveau assez élevé de regroupement des données statistiques sur toutes les importations américaines. En appliquant certains critères, nous avons réduit progressivement le champ de l'analyse aux débouchés qui, à un niveau très bas de décomposition des données statistiques, offrent aux fabricants canadiens les meilleures chances d'accroître leurs exportations aux États-Unis. Dans notre démarche, nous sommes également passés de l'identification de ces débouchés, par des analyses statistiques, à la confirmation de leur existence, au moyen d'entrevues menées auprès de représentants d'importateurs américains de produits provenant des pays développés.

Pour établir quels étaient les débouchés des entreprises canadiennes aux États-Unis, nous avons réuni des données sur les importations américaines de 1981 à 1985. Nous avons choisi une période de référence quinquennale afin de pouvoir distinguer entre les marchés d'importation "établis" et "temporaires". Dans les secteurs où le volume des importations américaines de l'Europe et du Japon s'est maintenu à un certain niveau pendant plusieurs années, il est moins probable que ces importations constituent un phénomène à court terme et que les acheteurs américains soient capables de remplacer en peu de temps leurs fournisseurs étrangers par des fournisseurs américains. Pour la première sélection, les données statistiques sur les importations américaines de marchandises de l'annexe A furent groupées au niveau des codes à quatre chiffres.

Toutes les importations américaines (dans les catégories des codes à quatre chiffres) qui provenaient des pays développés et dont la valeur à l'importation dépassait un million de dollars US furent relevées pour les années de référence et classées dans l'ordre décroissant, selon leur valeur. À partir de cette liste, la Direction des relations commerciales, touristiques et économiques - États-Unis a d'abord choisi 26 groupes de produits qui devaient être analysés plus à fond. Chaque groupe fut décomposé au niveau des codes à sept chiffres, puis une enquête fut entreprise pour établir s'il y avait des sociétés canadiennes qui fabriquaient des produits semblables et qui pouvaient exploiter les débouchés éventuellement mis en évidence. Il fut relativement simple d'élargir les codes de

l'annexe A de quatre chiffres à sept chiffres; la liste de ces marchandises fut dressée pour l'année 1986, précisant leur valeur en douane. La désignation des entreprises canadiennes s'est faite à partir de la base de données WIN du ministère des Affaires extérieures, que toutes les grandes missions du Ministère à l'étranger peuvent consulter en direct et qui contient des renseignements sur les fabricants canadiens et leurs produits. Il est à noter que la constitution de la base de données WIN n'est pas encore complète, mais elle est assez avancée pour que nous puissions l'utiliser aux fins de la présente étude.

À cette étape de l'analyse, les produits ou groupes de produits ayant donné lieu à des importations d'une valeur globale de plus de 80 millions de dollars US, pour le Japon, l'Europe et le Canada, furent désignés en vue d'une analyse plus approfondie. Après consultation de porte parole de l'industrie et du gouvernement, spécialistes du secteur, d'autres produits ou groupes de produits qui n'avaient pas satisfait aux critères furent ajoutés parce qu'ils semblaient offrir un intérêt commercial appréciable. D'autres encore furent supprimés faute de potentiel commercial suffisant.

L'étape suivante consistait à identifier les principaux importateurs américains des produits choisis, à élaborer un questionnaire et à interviewer les importateurs. Nous avons alors conçu un questionnaire qui visait à recueillir les renseignements suivants sur chacun des importateurs interrogés :

- Quels sont les principaux produits qu'il importe?
- Quels sont les pays d'origine de ces importations? Dans quelle mesure l'importateur est-il satisfait de chacun de ses fournisseurs?
- Pourquoi n'utilise-t-il pas des produits américains?
- Quel a été l'effet de la dévaluation du dollar américain sur le prix des importations?
- L'importateur a-t-il déjà acheté des produits canadiens? Dans l'affirmative, était-il satisfait de ses fournisseurs canadiens?
- L'importateur voudrait-il en savoir plus long sur les fournisseurs canadiens?
- Par quel moyen voudrait-il que les fournisseurs canadiens le renseignent? Quelles sources d'information utilise-t-il pour décider quels produits acheter?
- Ses achats sont-ils saisonniers?
- Y a-t-il des obstacles qui empêchent l'importateur de s'approvisionner au Canada?

- Est-ce que l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis modifiera sa politique d'achat?

Nous avons interviewé les principaux importateurs par téléphone et leur avons envoyé un questionnaire par la poste lorsqu'ils en faisaient la demande.

Il existe diverses raisons qui font que, dans certaines situations, la hausse du prix des produits importés ne crée pas de débouchés considérables pour les entreprises canadiennes sur le marché américain; ces facteurs sont notamment les suivants :

- D'autres caractéristiques du produit l'emportent sur le prix, c'est-à-dire sa qualité, sa forme, etc.;

- Le produit importé est un composant d'un produit fini et sa valeur est minime par rapport à celle du produit fini;

- L'acheteur américain s'approvisionne depuis longtemps auprès de ses fournisseurs étrangers actuels et il compte sur la capacité démontrée de l'exportateur à répondre rapidement aux changements requis;

- L'acheteur américain est un client captif de la société mère;

- La licence de fabrication que possède l'acheteur américain lui interdit de s'approvisionner auprès d'autres fournisseurs;

- L'entreprise peut s'approvisionner auprès de fournisseurs américains;

- Le produit importé est un produit de luxe et son prix n'influe pas beaucoup sur la demande.

Nous avons donc conçu le questionnaire de manière à établir dans quelle mesure ces facteurs et d'autres encore limitent les débouchés mis en évidence au moyen de l'analyse statistique.

À la suite du sondage auprès des importateurs, nous avons interrogé les associations représentant l'industrie afin d'obtenir de l'information par secteur. Ces associations ont fourni des renseignements sur les points suivants :

- Les tendances du marché relatives à l'industrie;

- L'effet de la dévaluation du dollar américain sur l'industrie;

- L'incidence de l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis sur l'industrie;

- Les points forts et les points faibles de l'industrie canadienne, tels qu'ils sont perçus.

Les résultats de toutes ces étapes ont donné lieu à l'établissement d'une ébauche de rapport sommaire pour chaque secteur. Chacun des rapports a été présenté pour examen à un spécialiste de l'industrie, aux associations canadiennes représentant l'industrie concernée et au responsable du secteur à ISTC.

ANNEXE 1

IMPORTATEURS AMÉRICAINS QUI RECHERCHENT DES FOURNISSEURS DE PRODUITS PRÉCIS

Nom :	Bernard Bowman
Adresse :	P.O. Box 601
	Scarsdale, NY 10583
	U.S.A.
Contact :	M. Mosley Pillon, président
Téléphone :	914-723-3700
Télécopieur :	914-723-5952

- Importe du jambon en conserve et de la viande de porc transformée en conserve (7 livres et plus) du Danemark et de la Hollande.

- Se renseigne auprès des fabricants et des distributeurs pour prendre les décisions relatives aux achats.

- N'a jamais fait l'essai des produits canadiens.

- Préfère que les entreprises canadienne communiquent avec lui personnellement ou en lui faisant parvenir des brochures.

- Recherche des fournisseurs de jambon en conserve et frais.

Nom :	C & F Packing Company
Adresse :	1350 Greenleaf Elk Grove Village, IL 60007 U.S.A.
Contact :	M. Gerry Freda, directeur des achats
Téléphone :	312-228-6300

- Importe des flancs de porc congelés et de la viande de porc salée transformée (de 5 à 6 livres) du Danemark.

- N'est pas entièrement satisfait des sources canadiennes.

- Préfère que les entreprises canadiennes communiquent avec lui en lui faisant parvenir des brochures, des publications de l'industrie ou préfère visiter les sociétés canadiennes et leurs installations.

- Lit le National Provisioner, Meat Industry et Meat and Poultry.

- Recherche des fournisseurs de parures de porc frais.

Nom :	Circle T. Foods
Adresse :	4560 Leston Dallas, TX 75247 U.S.A.
Contact :	Mme Kim McCawley, directrice des achats
Téléphone :	214-630-1500
Télécopieur :	214-630-6971

- N'importe actuellement aucun produit.

- N'a jamais fait l'essai de produits canadiens.

- Préfère que les entreprises canadiennes communiquent avec elle en lui faisant parvenir des brochures.

- Recherche des fournisseurs de saucisses fumées, de saucisses et de saucissons.

Nom :	Danish Food International
Adresse :	2809 East 44 Street, Suite 4 Los Angeles, CA 90058 U.S.A.
Contact :	M. Peter Christianson, président-propriétaire
Téléphone :	213-582-2882
Télécopieur :	213-588-6626

- Importe des épaules de porc et des socs de porc congelés et cuits, des flancs de porc congelés, du porc salé transformé et du jambon cuit (tous de 10 livres et plus) du Danemark, de la Pologne et de la Yougoslavie.

- N'est pas satisfait de ses fournisseurs actuels en raison de la fluctuation des prix et de la non-fiabilité des expéditions de produits du porc.

- Se renseigne auprès des distributeurs et consulte les publications de l'industrie pour prendre les décisions relatives aux achats.

- Est satisfait des produits canadiens.

- Préfère que les entreprises canadiennes communiquent avec lui en lui faisant parvenir des brochures, des publications de l'industrie ou que les représentants de société et du manufacturier ou le distributeur communiquent avec lui personnellement.

- Lit le National Provisioner.

- Recherche des fournisseurs de porc frais congelé et de jambon transformé.

Nom :	Jones Dairy Farm
Adresse :	Jones Avenue, P.O. Box 28 Fort Atkinson, WI 53538 U.S.A.
Contact :	M. Tom Jessom, directeur des exportations
Téléphone :	414-563-2431
Télécopieur :	414-563-6801

- Importe des longes de porc frais congelées (10 livres et plus) du Danemark.

- Se renseigne auprès des courtiers pour prendre les décisions relatives aux achats.

- N'est pas ni satisfait ni insatisfait des produits canadiens.

- Préfère que les entreprises canadiennes communiquent avec lui en lui faisant parvenir des brochures, ou que les représentants d'une société, d'un fabricant ou d'un distributeur communiquent avec lui personnellement.

- Recherche des fournisseurs de longes de porc de 17 à 20 livres.

Nom :	Kunzler & Co. Inc.
Adresse :	P.O. Box 4747 Lancaster, PA 17604 U.S.A.
Contact :	M. Tom Musscer, directeur des achats
Téléphone :	717-299-6301

- Importe des flancs de porc parés, désossés et sans la peau, des jambons et de la viande de porc transformée (de 10 livres et plus) du Canada.

- Se renseigne à l'aide de publications de l'industrie pour prendre les décisions relatives aux achats.

- Est satisfait des produits canadiens.

- Préfère que les entreprises canadiennes communiquent avec lui personnellement, lors de foires commerciales, en lui faisant parvenir des publications de l'industrie, par l'entremise de repésentants du fabricant ou préfère visiter les sociétés canadiennes et leurs installations.

- Assiste à la foire de l'American Meat Industry.

- Lit le National Provisioner.

- Recherche des fournisseurs de flancs de porc frais, de jambon désossé et de boeuf désossé maigre à 90 %.

Nom :	W.H. Greenbaum Inc.
Adresse :	P.O. Box 380 Hoboken, NJ 07030 U.S.A.
Contact :	M. John Demos, directeur du trafic d'importation
Téléphone :	201-656-1300
Télécopieur :	201-656-0548

- Importe des épaules de porc cuites, des socs de porc, des jambons et de la viande de porc transformée (10 livres et plus) du Danemark et de la Yougoslavie.

- La qualité joue un rôle important dans la décision d'importer.

- N'a jamais fait l'essai de produits canadiens.

- Préfère que les entreprises canadiennes communiquent avec lui en lui faisant parvenir des brochures ou préfère visiter les sociétés canadiennes et leurs installations.

- Recherche des fournisseurs de jambon.

ANNEXE 2

IMPORTATEURS AMÉRICAINS À LA RECHERCHE DE FOURNISSEURS EN GÉNÉRAL

IMPORTATEURS AMÉRICAINS INTERROGÉS

Société : AJC International
Adresse : 5188 Roswell Road
Atlanta, GA 30342
Contact : M. Kurt Holmeir
Poste : Directeur des produits de porc
Téléphone : 404-252-6750
Télécopieur : 404-252-9340
Télex :

Société : Armour Food Company
Adresse : 1 Central Park Plaza
Omaha, NE 68102-1676
Contact : M. Lee Davis
Poste : Directeur des approvisionnements
Téléphone : 402-449-7347
Télécopieur : 402-449-7449
Télex :

Société : Baker & Brother Inc.
Adresse : 100 East 42nd Street
New York, NY 10017
Contact : M. Jeff Weingart
Poste : Représentant des ventes
Téléphone : 212-867-0200
Télécopieur : 212-370-1639
Télex :

Société : Bernard Bowman
Adresse : P.O. Box 601
Scarsdale, NY 10583
Contact : M. Mosley Pillion
Poste : Président
Téléphone : 914-723-3700
Télécopieur : 914-723-5952
Télex :

Société : C & F Packing Company
Adresse : 1350 Greenleaf
Elk Grove Village, IL 60007
Contact : M. Gerry Freda
Poste : Directeur des achats
Téléphone : 312-228-6300
Télécopieur : 312-228-6300
Télex :

Société : Castleberry's Food Company
Adresse : P.O. Box 1010
Augusta, GA 30903
Contact : M. John Smith
Poste : Directeur des achats
Téléphone : 404-733-7765
Télécopieur : 404-736-5061
Télex :

Société : Charles Hollenbach Inc.
Adresse : 2653 West Ogden Avenue
Chicago, Il 60608
Contact : M. Steve Bross
Poste : Surintendant
Téléphone : 312-521-2500
Télécopieur :
Télex :

Société : Circle T. Foods
Adresse : 4560 Leston
Dallas, TX 75247
Contact : Mme Kim McCauley
Poste : Directrice des achats
Téléphone : 214-630-1500
Télécopieur : 214-630-6971
Télex :

Société : Dan Trade
Adresse : 747 East Green Street
Pasadena, CA 91101
Contact : M. G. Larson
Poste : Président
Téléphone : 818-577-0414
Télécopieur :
Télex : 914435

Société : Danish Food International
Adresse : 2809 East 44th Street, Suite 4
Los Angeles, CA 90058
Contact : M. Peter Christianson
Poste : Président/propriétaire
Téléphone : 213-588-2882
Télécopieur : 213-588-6626
Télex :

Société : Darling & Company Chemical Division
Adresse : 4650 South Racine Avenue
Chicago, IL 60609
Contact : M. Larry Overton
Poste : Directeur des achats
Téléphone : 312-927-0500
Télécopieur : 312-927-0608
Télex :

Société : East Bay Packaging Company
Adresse : P.O. Box 1047
Oakland, CA 94604
Contact : M. Jeff Garzelle
Poste : Acheteur
Téléphone : 415-465-7700
Télécopieur : 415-835-2644
Télex :

Société : Essem Packaging Company Inc.
Adresse : 101 Beacon Street
Lawrence, MA 01842
Contact : M. Bon Miessgl
Poste : Directeur des achats
Téléphone : 617-687-7148
Télécopieur :
Télex :

Société : Geo A. Hornel & Company
Adresse : 501 - 16th Avenue
Northwest Austin, MN 55912
Contact : M. Ron Plath
Poste : Directeur des achats
Téléphone : 507-437-5611
Télécopieur : 507-437-5489
Télex :

Société : Global Marketing Association
Adresse : 5770 Powers Ferry, Suite 203
Atlanta, GA 30327
Contact : M. Steve Eisaf
Poste : Président
Téléphone : 404-859-0911
Télécopieur : 404-859-0912
Télex :

Société : Goodmark Foods Inc.
Adresse : P.O. Box 187
Garner, NC 27529
Contact : Mme Betty Green
Poste : Directrice des achats
Téléphone : 919-772-1511
Télécopieur : 919-779-9369
Télex :

Société : Harris Packing Company
Adresse : 1616 West Remo
Oklahoma City, OK 73106
Contact : M. Randy Harris
Poste : Directeur de l'usine
Téléphone : 405-235-6421
Télécopieur :
Télex :

Société : Jack Greenberg
Adresse : 1717 North Delaware Avenue
Philadelphia, PA 19125
Contact : M. Fred Greenberg
Poste : Vice-président
Téléphone : 215-426-7200
Télécopieur : 215-426-8530
Télex :

Société : Jobbers Meat Packing
Adresse : P.O. Box 58368
Los Angeles, CA 90058
Contact : M. Steig Osberg
Poste : Vice-président
Téléphone : 213-585-6328
Télécopieur : 213-585-0756
Télex : 194603

Société : Jones Dairy Farm
Adresse : Jones Avenue, P.O. Box 28
Fort Atkinson, WI 53538
Contact : M. Tom Jessom
Poste : Directeur des exportations
Téléphone : 414-563-2431
Télécopieur : 414-563-6801
Télex :

Société : Kahn's & Company
Adresse : 3241 Spring Grove Avenue
Cincinnati, OH 45225
Contact : M. Aaron Borden
Poste : Directeur de l'approvisionnement
Téléphone : 513-541-4000
Télécopieur : 513-541-4000
Télex :

Société : Kunzler & Company Inc.
Adresse : P.O. Box 4747
Lancaster, PA 17604
Contact : M. Tom Musscer
Poste : Directeur des achats
Téléphone : 717-299-6301
Télécopieur :
Télex :

Société : M.H. Greenbaum
Adresse : 70 Hudson, P.O. Box 380
Hoboken, NJ
Contact : M. Hierskov
Poste : Président
Téléphone : 201-656-1300
Télécopieur :
Télex : 132364

Société : Millrose Foods
Adresse : P.O. Box 3
Springfield, NJ 07081
Contact : M. Jerold Knoepfler
Poste : Directeur des importations
Téléphone : 201-467-9292
Télécopieur :
Télex :

Société : New York Commodities Corporation
Adresse : 8 - 87th Avenue
New York, NY 10106
Contact : M. Jack Jaglon
Poste : Président
Téléphone : 212-245-8300
Télécopieur : 212-397-9078
Télex :

Société : Ohse Meat Products Inc.
Adresse : 3215 East 6th Street
P.O. Box 1658
Topeka, KS 66601
Contact : M. Clarke R. Williams
Poste : Acheteur de viande
Téléphone : 913-233-5097
Télécopieur :
Télex :

Société : Plumrose
Adresse : 7345 Woodhaven Blvd
Glendale, NY 11385
Contact : M. Per Olsen
Poste : Directeur des comptoirs déli
Téléphone : 718-830-6600
Télécopieur : 718-896-1039
Télex : 7105815584

Société : Plymouth Rock Provisions Company
Adresse : 25 - T O'Connor Road
Fairport, NY 14450
Contact : M. Dave Yang
Poste : Directeur des achats
Téléphone : 716-377-9310
Télécopieur :
Télex : 5102541618

Société : Prima Foods
Adresse : P.O. Box 327
White Plains, NY 10605
Contact : Mme Dener
Poste : Vice-présidente
Téléphone : 914-428-4550
Télécopieur : 914-428-3947

Société : Ranch Oak Farm
Adresse : 1601 Park Place
Fort Worth, TX 76110
Contact : M. Tom Misfedt
Poste : Président
Téléphone : 817-926-1787
Télécopieur :
Télex :

Société : Real Sausage Company
Adresse : 2710 South Poplar Avenue
Chicago, IL 60608
Contact : M. Lou Makowski
Poste : Directeur des achats
Téléphone : 312-842-5330
Télécopieur :
Télex :

Société : Rema Foods
Adresse : Glenpoint Centre East
300 Frank W. Durr
Teaneck, NJ 07666
Contact : M. Jerry Begnal
Poste : Directeur de la commercialisation
Téléphone : 201-692-3200
Télécopieur : 201-692-3631
Télex : 4754140

Société : San Antonio Packing Company
Adresse : P.O. Box 7265, Station A
San Antonio, TX 78207
Contact : M. Rudy Rayes
Poste : Acheteur
Téléphone : 512-224-5441
Télécopieur :
Télex :

Société : Sharon Packing Company
Adresse : 130 Duckback
Sharon, PA 16146
Contact : M. Doc Mogg
Poste : Président
Téléphone : 412-346-5574
Télécopieur :
Télex :

Société : Texas Packing Company
Adresse : 1119 Commerce
Houston, TX 77002
Contact : M. Mike Tamborello
Poste : Directeur de l'usine
Téléphone : 713-227-2251
Télécopieur :
Télex :

Société : Vermont Meat Packers
Adresse : P.O. Box 209
Swanton, VT 04508
Contact : M. Ed Maskell
Poste : Directeur de la production
Téléphone : 802-868-7314
Télécopieur : 802-868-3264
Télex :

Société : V.H. Greenbaum Inc.
Adresse : P.O. Box 380
Hoboken, NJ 07030
Contact : M. John Demos
Poste : Directeur du trafic des importations
Téléphone : 201-656-1300
Télécopieur : 201-656-0548
Télex :

Société : White Star Packaging Company
Adresse : 353 East, 4th Street
New York, NY 10461
Contact : M. Willie Csarich
Poste : Acheteur
Téléphone : 212-328-0059
Télécopieur :
Télex :

Société : Zummo Meat Company
Adresse : P.O. Box 1688
Beaumont, TX 77704
Contact : M. Croley
Poste : Trésorier
Téléphone : 409-842-1810
Télécopieur :
Télex :

IMPORTATEURS AMÉRICAINS CHOISIS

Société : AJC International Inc.
Adresse : 5188 Roswell Road
Arlanta 30342
Contact : M. Gerald L. Allison
Poste : Président
Téléphone : 404-252-6750
Télécopieur :
Télex : 542436

Société : Albertson's Inc.
Adresse : 700 - 33rd Place N.E., Suite 102
Bellevue, WA 98004
Contact : M. Fred Lukson
Poste : Gérant de viande
Téléphone : 206-827-8070
Télécopieur :
Télex :

Société : Associated Grocers Inc.
Adresse : P.O. Box 3763
Seattle, WA 98108
Contact : M. Bill Armintrout
Poste : Gérant de viande
Téléphone : 206-762-2100
Télécopieur :
Télex :

Société : Atalenta Corporation
Adresse : 17 Varick Street
New York, NY 10013
Contact : M. R. Gellert
Poste : Acheteur de viande
Téléphone : 212-431-9000
Télécopieur :
Télex :

Société : B. Green & Company Inc.
Adresse : 3601 Washington Boulevard
Baltimore, MD 21227
Contact : M. Glenn Milner
Poste : Spécialiste de viande
Téléphone : 301-247-8300
Télécopieur :
Télex :

Société : Bison Products Company Inc.
Adresse : 81 Dingins Street
Buffalo, NY 14206
Contact : M. Donald Battistoni
Poste :
Téléphone : 716-826-2700
Télécopieur :
Télex :

Société : C.B. Brokerage Services Inc.
Adresse : 2100 Cluster Avenue W.
Tampa, FL. 33604
Contact : M. C.J. Boyce
Poste : Président
Téléphone : 813-935-0555
Télécopieur :
Télex :

Société : Del-Mar Provisions Company
Adresse : 1393 Clinton Street
Buffalo, NY 14206
Contact : M. Ralph Debello
Poste :
Téléphone : 716-826-2273
Télécopieur :
Télex :

Société : Fronex Commodities Inc.
Adresse : 4405 International Boulevard
Norcross, GA 30093
Contact : M. Victor Fuentes
Poste :
Téléphone : 404-925-8550
Télécopieur :
Télex : 543623 FCI

Société : Giant Food Inc.
Adresse : 6300 Sheriff Road
Landover, MD 20785
Contact : M. George W. Harris
Poste : Vice-président, Produits de viande
Téléphone : 301-341-4100
Télécopieur :
Télex :

Société : Gumins Lukitsch Inc.
Adresse : 331 Alberta Drive
Ammerst, NY 14226
Contact : M. John Rogers
Poste :
Téléphone : 716-835-5500
Télécopieur :
Télex :

Société : The Hartford Provision Company
Adresse : P.O. Box 449
Stamford, CT 06904
Contact : M. L. Lotstein
Poste : Président
Téléphone : 203-324-6194
Télécopieur :
Télex :

Société : Interstate Meat Service Inc.
Adresse : 2309 Meyers Road
Albert Lea, MN 56007
Contact :
Poste :
Téléphone :
Télécopieur :
Télex :

Société : J & B Wholesale Distributors Inc.
Adresse : St. Michael. MN 55376
Contact : M. Thomas Hogman
Poste :
Téléphone :
Télécopieur :
Télex:

Société : J.H. Foods Inc.
Adresse : 915-80th Street W.
Minneapolis, MN 55420
Contact : M. Jim Hudson
Poste :
Téléphone :
Télécopieur :
Télex :

Société : Lucky Stores Inc.
Adresse : 1701 Marina Boulevard
San Leandro, CA 94577
Contact : M. J.M. Erickson
Poste : Vice-président, Acheteur principal de viande
Téléphone : 415-639-4200
Télécopieur :
Télex :

Société : Osler Foods
Adresse : 965 Albany Shakers Road
Latham, NY 12110
Contact : M. D. Hubbard
Poste : Directeur des achats
Téléphone :
Télécopieur :
Télex :

Société : Petrini's Meat Inc.
Adresse : 2055 McAllister Street
San Francisco, CA 94118
Contact : M. Bill Palavos
Poste : Acheteur, Produits laitiers et déli
Téléphone : 415-567-3909
Télécopieur :
Télex :

Société : Richfood Inc.
Adresse : 2000 Richfood Road
Mechanicsville, VA 23111
Contact :
Poste :
Téléphone : 804-746-6000
Télécopieur :
Télex :

Société : Ritter Food Corporation
Adresse : 640 Dowd Avenue
Elizabeth, NJ 07201
Contact : M. A. Matlins
Poste : Acheteur de viande
Téléphone : 201-289-8800
Télécopieur :
Télex :

Société : Royal Foods Inc.
Adresse : 327 Blake Road
Hopkins, MN 55343
Contact : M. Bill Ferrell
Poste :
Téléphone :
Télécopieur :
Télex :

Société : Safeway Stores
Adresse : 47400 Kato Road
Fremont, CA 94560
Contact : M. Ray Heatherington
Poste : Directeur du marché de viande
Téléphone : 415-498-2011
Télécopieur :
Télex :

Société : Safeway Stores Inc.
Adresse : P.O. Box 90947
Bellevue, WA 98009
Contact : M. Bon Ekler
Poste : Directeur du marché de viande
Téléphone : 206-455-6444
Télécopieur :
Télex :

Société : South Shore Packing
Adresse : 180 Spark Street
Brockton, MA 02402
Contact : M. Keerry Masefield
Poste :
Téléphone : 508-587-6900
Télécopieur :
Télex :

Société : Star Provision Company
Adresse : 138 Newmarket Square
Boston, MA 02119
Contact : M. Albert Beliorno
Poste :
Téléphone : 617-442-3584
Télécopieur :
Télex :

Société : Super Rite Foods Inc.
Adresse : 3900 Industrial Road
Harrisburg, PA 17110
Contact :
Poste :
Téléphone : 717-232-6821
Télécopieur :
Télex :

Société : Sysco Frosted Foods Inc.
Adresse : P.O. Box 80
Warners, NY 13164
Contact : M. Kent Humphries
Poste :
Téléphone : 315-672-8004
Télécopieur :
Télex :

Société : Tom Thumb Page Food
and Drug Centers
Adresse : 14303 Inwood Road
Dallas, TX 75234
Contact : M. J. Carrabba
Poste : Acheteur de viande
Téléphone : 214-661-9700
Télécopieur :
Télex :

Société : United Brands Company
Adresse : 1 - 4th Street E.
Cincinnati, OH 45202
Contact : M. D. M. Doyle
Poste : Vice-président
Téléphone : 513-579-2115
Télécopieur :
Télex :

Société : Waltham Beef & Provision
Company Inc.
Adresse : 11 Widett Circle
S. Boston, MA 02118
Contact : Mme Leslie Picco
Poste :
Téléphone : 617-269-2250
Télécopieur :
Télex :

Société : West Coast Grocery Company
Adresse : P.O. Box 2237
Tacoma, WA 98401
Contact : M. Gerry Wanner
Poste : Gérant de viande
Téléphone : 206-593-3200
Télécopieur :
Télex :

Société : Weston Thruston Company
Adresse : 22 Foodmart Road
S. Boston, MA 02118
Contact : M. Phil Spinney
Poste :
Téléphone : 617-269-6960
Télécopieur :
Télex :

Société : Wetterau Pittsburgh Division
Adresse : P.O. Box 29
Belle Vernon, PA 15012
Contact : M. Ronald Howard
Poste :
Téléphone :
Télécopieur :
Télex :

Société : Winn-Dixie
Adresse : P.O. Box 1540
Fort Worth, TX
Contact : M. B. Burns
Poste : Acheteur de viande
Téléphone : 817-921-1100
Télécopieur :
Télex :

ANNEXE 3

IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE PORC ET DE VIANDES TRANSFORMÉES EN 1987 (ANNEXE A, 13.0, 14.2 ET 14.8)

ANNEXE 3
PORC ET VIANDES TRANSFORMÉES
Importations en 1987 (en milliers de dollars US)

	Importations américaines totales	Canada	Europe de l'Ouest	Europe de l'Est	Autres
En caractère gras, total de tous les articles faisant l'objet de cette étude	**531 615**	**41 993**	**274 774**	**213 255**	**1 593**
Total pour tous les articles en caractères ordinaires ayant un intérêt pour cette étude	258 215	5 114	16 220	180	236 701
Total pour tous les articles en caractères italiques non liées à cette étude	*1 627*	*0*	*1 419*	*0*	*208*

13.0 Viande de porc préparé ou en conserve
Importations en 1987 (en milliers de dollars US)

Annexe A	Description des marchandises	Importations américaines totales	Canada	Europe de l'Ouest	Europe de l'Est	Autres
130020	Jambons et épaules de porc, préparés ou en conserve, non désossés, cuits ou dans des contenants hermétiques	4 458	3 710	716	0	32
130040	Bacon, non désossé, cuit et dans des contenants hermétiques	16 265	9 628	2 321	4 270	46
130060	Porc, n.d.a.*, préparé ou en conserve, non desossé, cuit ou dans des contenants hermétiques	1 675	1 353	220	0	102

* Non dénommé(e)s ailleurs

14.2 Saucisses
Importations en 1987 (en milliers de dollars US)

Annexe A	Description des marchandises	Importations américaines totales	Canada	Europe de l'Ouest	Europe de l'Est	Autres
142025	Saucisses de porc	9 954	6 953	1 915	942	144
142045	Saucisses de boeuf	516	102	0	377	37
142060	Saucisses, sauf de porc et de boeuf	13 011	1 673	11 153	0	185

14.8 Viande et produits carnés, préparés ou en conserve, n.d.a.*
Importations en 1987 (en milliers de dollars US)

Annexe A	Description des marchandises	Importations américaines totales	Canada	Europe de l'Ouest	Europe de l'Est	Autres
148010	*Produits de foie d'oie*	*1 627*	*0*	*1 419*	*0*	*208*
148020	**Jambons et épaules de porc, préparés ou en conserve, désossés et cuits dans des contenants hermétiques**	**457 778**	**9 866**	**248 099**	**199 197**	**616**
148030	**Bacon, désossé, cuit et dans des contenants hermétiques**	**9 902**	**8 407**	**534**	**815**	**146**
148040	**Porc n.d.a, préparé ou en conserve, désossé et cuit dans des contenants hermétiques**	**18 056**	**301**	**9 816**	**7 654**	**285**
148050	Bocuf, sauf saucisses, dans des contenants herméniques	166 249	1 573	367	0	164 309
148060	Bocuf ou veau, salé ou mariné, préparé ou en conserve, n.d.a.	62 327	359	389	0	61 579
148070	Viande, sauf grenouille, y compris la volaille, les abats comestibles, préparés ou en conserve, n.d.a. et hachis de boeuf salé	29 639	3 182	15 464	180	10 813

* Non dénommé(e)s ailleurs

ANNEXE 4

IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINES VIANDES DE PORC ET VIANDES TRANSFORMÉES D'EUROPE DE L'OUEST, PAR PAYS - 1987

IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINES VIANDES DE PORC ET VIANDES TRANSFORMÉES D'EUROPE DE L'OUEST PAR PAYS - 1987

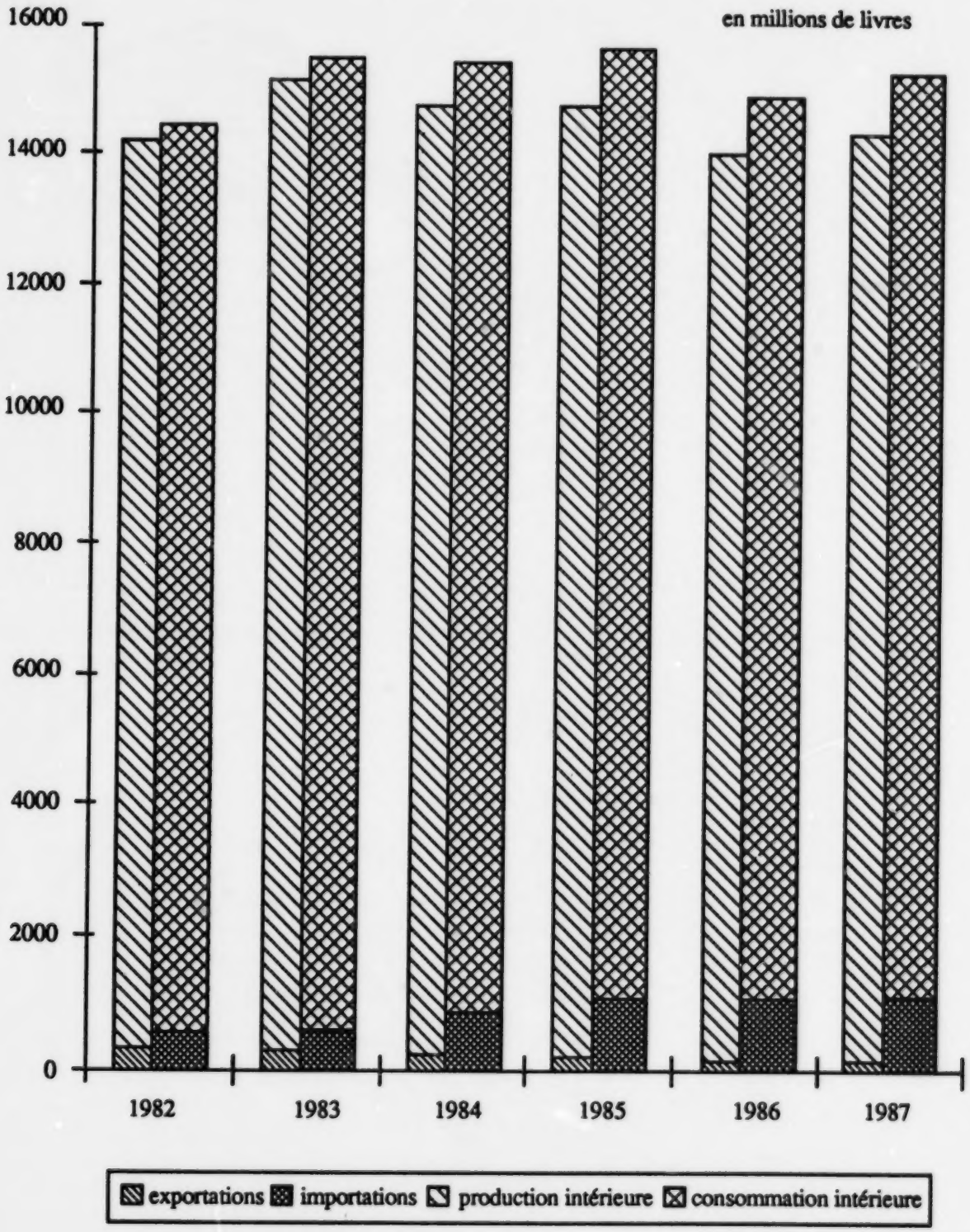
(en milliers de dollars US)

PAYS	ANNEXE A									TOTAL	%
	130020	130040	130060	142025	142045	142060	148020	148030	148040		
Belgique - Luxembourg	-	-	-	-	-	-	12 377	-	-	12 377	2,33
Danemark	-	1 286	220	1 050	-	10 351	219 381	534	6 429	239 251	45,00
Finlande	-	-	-	-	-	-	-	-	-		0,00
France	-	-	-	-	-	-	-	-	165	165	0,03
Italie	-	-	-	-	-	-	-	-	88	88	0,02
Pays-Bas	-	-	-	269	-	380	10 484	-	2 981	14 114	2,65
Norvège	-	-	-	-	-	-	-	-	-		0,00
Espagne	-	-	-	-	-	-	-	-	-		0,00
Suède	-	1 035	-	-	-	-	350	-	-	1 385	0,26
Suisse	386	-	-	-	-	-	74	-	-	460	0,09
Royaume-Uni	-	-	-	-	-	-	72	-	-	72	0,01
Allemagne de l'Ouest	330	-	-	596	-	422	5 361	-	153	6 862	1,29
Total de l'Europe de l'Ouest	716	2 321	220	1 915		11 153	248 099	534	9 816	274 774	51,69
Total des importations	4 458	16 265	1 675	9 954	516	13 011	457 778	9 902	18 056	531 615	

ANNEXE 5

PRODUCTION ET CONSOMMATIONS DE PORC FRAIS AUX ÉTATS-UNIS

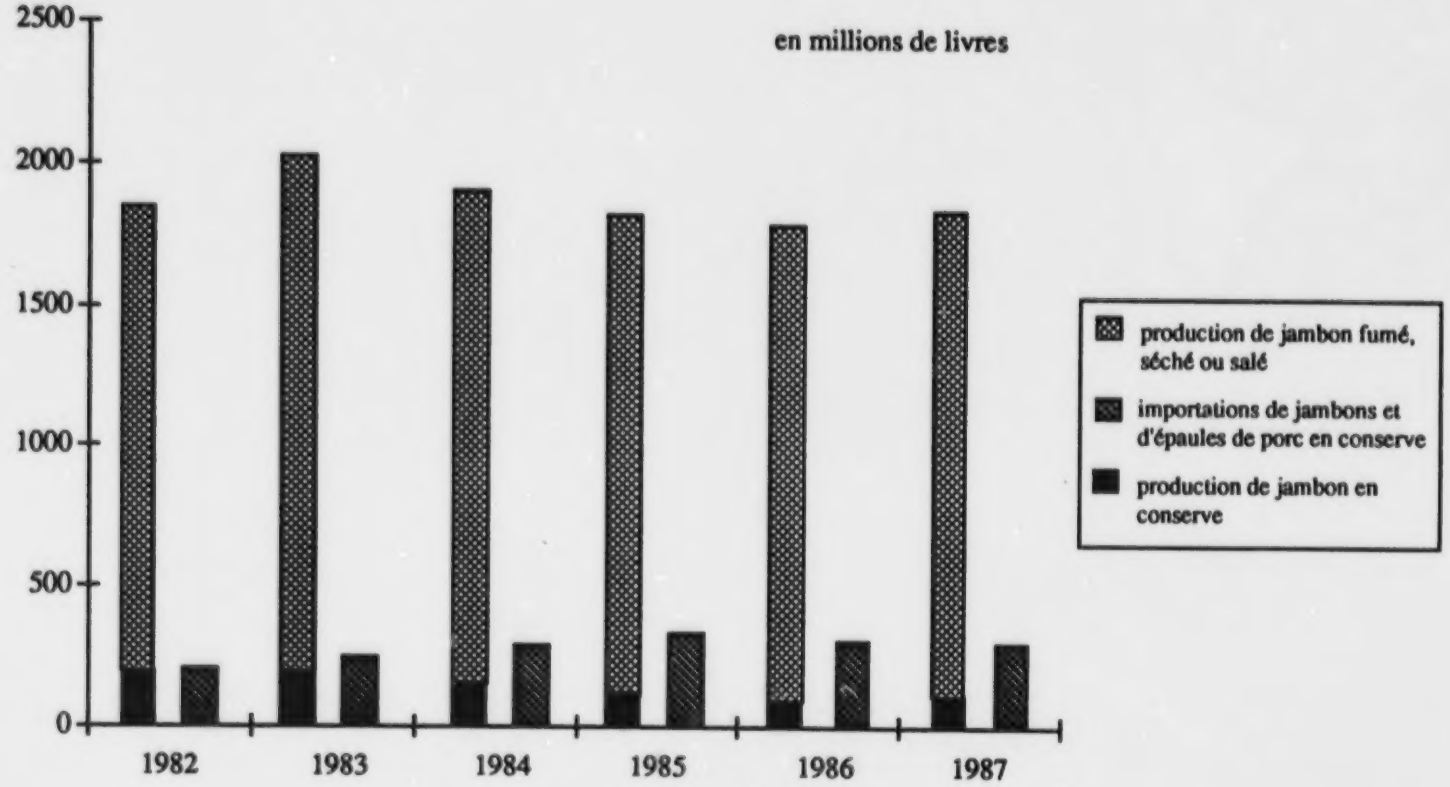
PRODUCTION ET CONSOMMATION DE PORC FRAIS AUX ÉTATS-UNIS



ANNEXE 6

PRODUCTION AMÉRICAINE DE JAMBON, INSPECTÉE PAR LES AUTORITÉS FÉDÉRALES, ET IMPORTATIONS DE JAMBONS ET D'ÉPAULES DE PORC EN CONSERVE

PRODUCTION AMÉRICAINE DE JAMBON, INSPECTÉE PAR LES AUTORITÉS FÉDÉRALES, ET IMPORTATIONS DE JAMBONS ET D'ÉPAULES DE PORC EN CONSERVE



Source : AMI Meatfacts

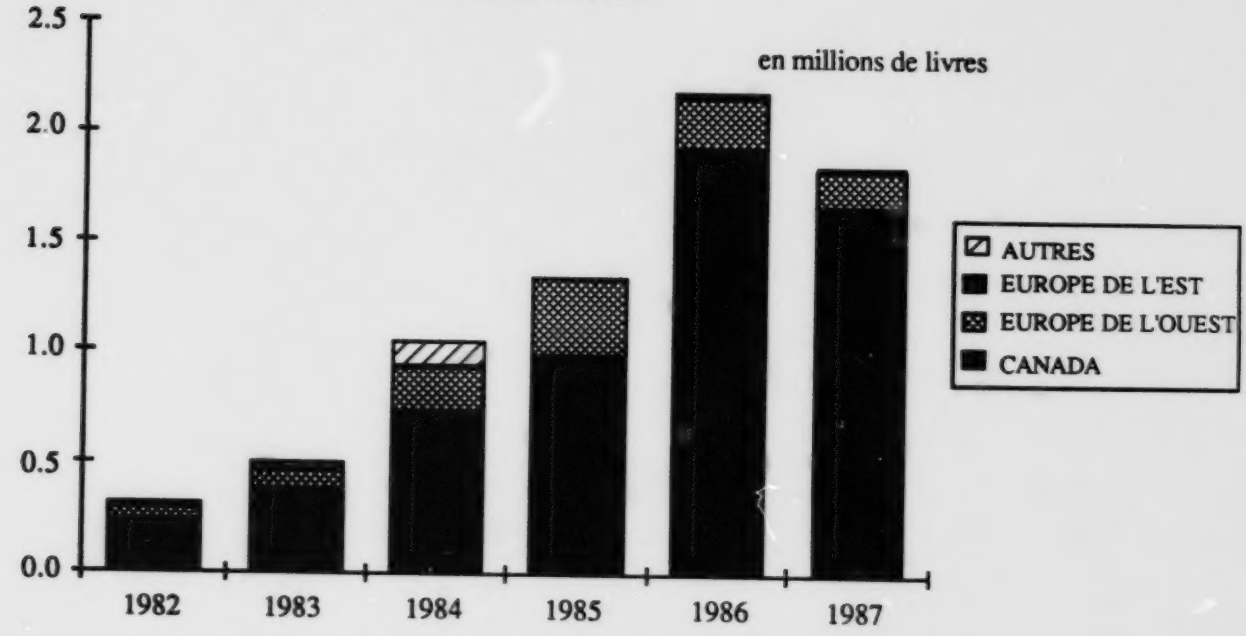
ANNEXE 7

IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINES VIANDES DE PORC ET VIANDES TRANSFORMÉES SELON LE POIDS DE 1982 À 1987

IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINES VIANDES DE PORC ET VIANDES TRANSFORMÉES

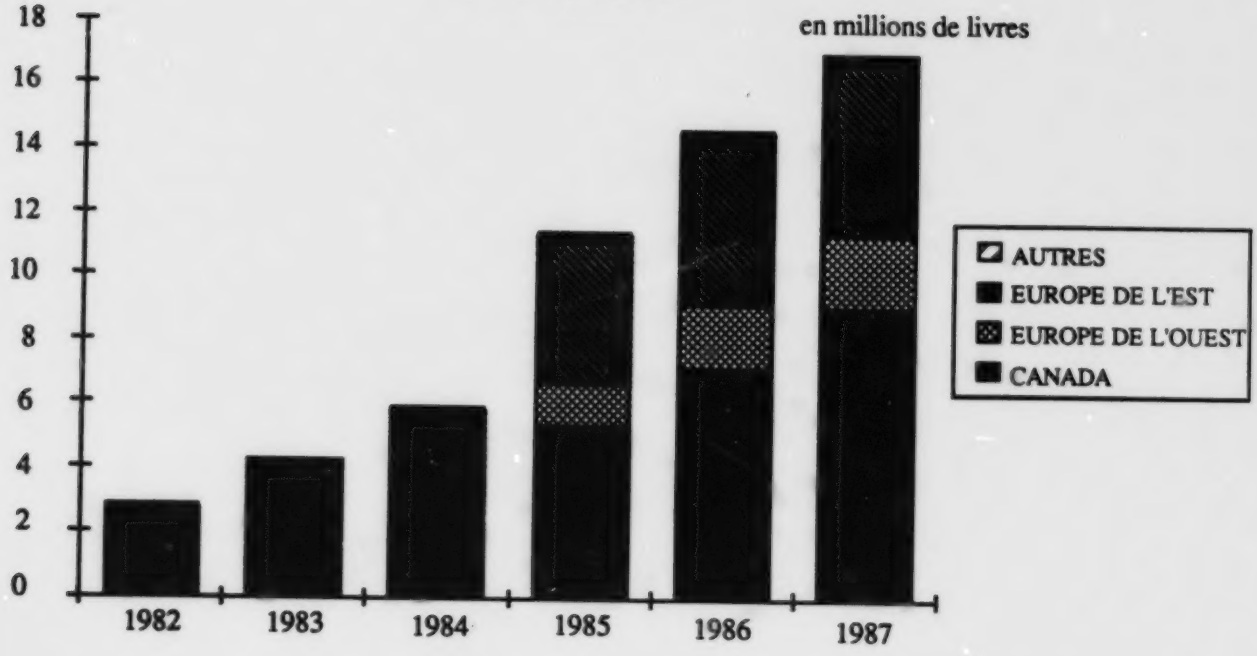
JAMBONS ET ÉPAULES DE PORC, PRÉPARÉS OU EN CONSERVE, NON DÉSOSSÉS, CUITS OU DANS DES CONTENANTS HERMÉTIQUES

ANNEXE A 130020



BACON, NON DÉSOSÉ CUIT ET DANS DES CONTENANTS HERMÉTIQUES

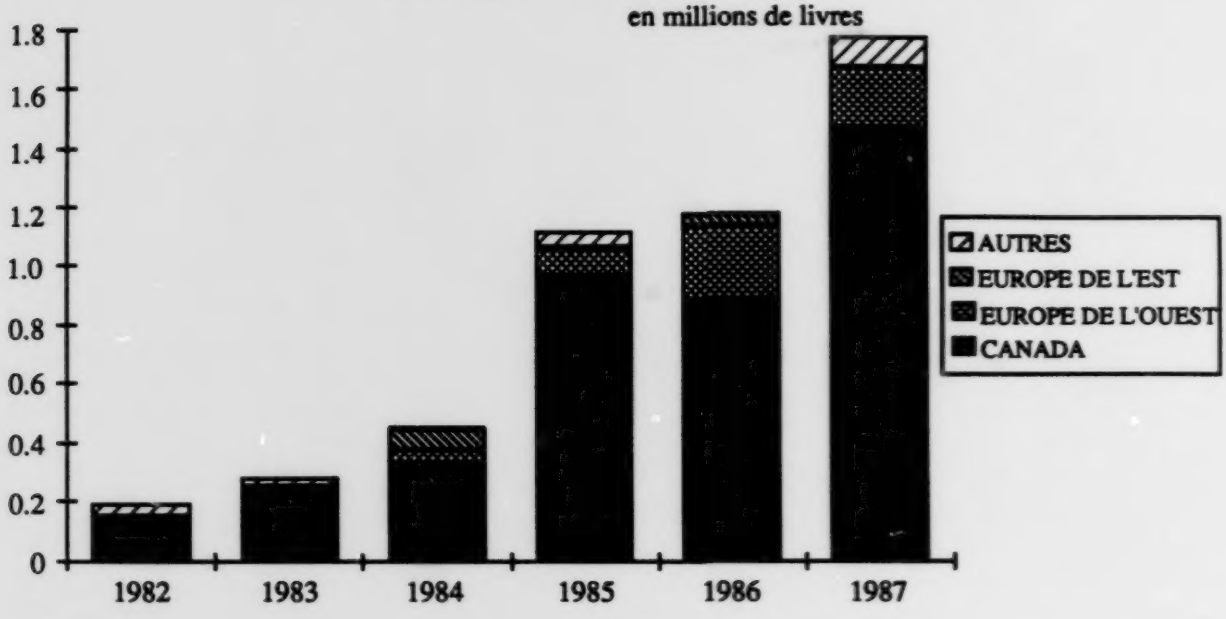
ANNEXE A 130040



IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINES VIANDES DE PORC ET VIANDES TRANSFORMÉES (suite)

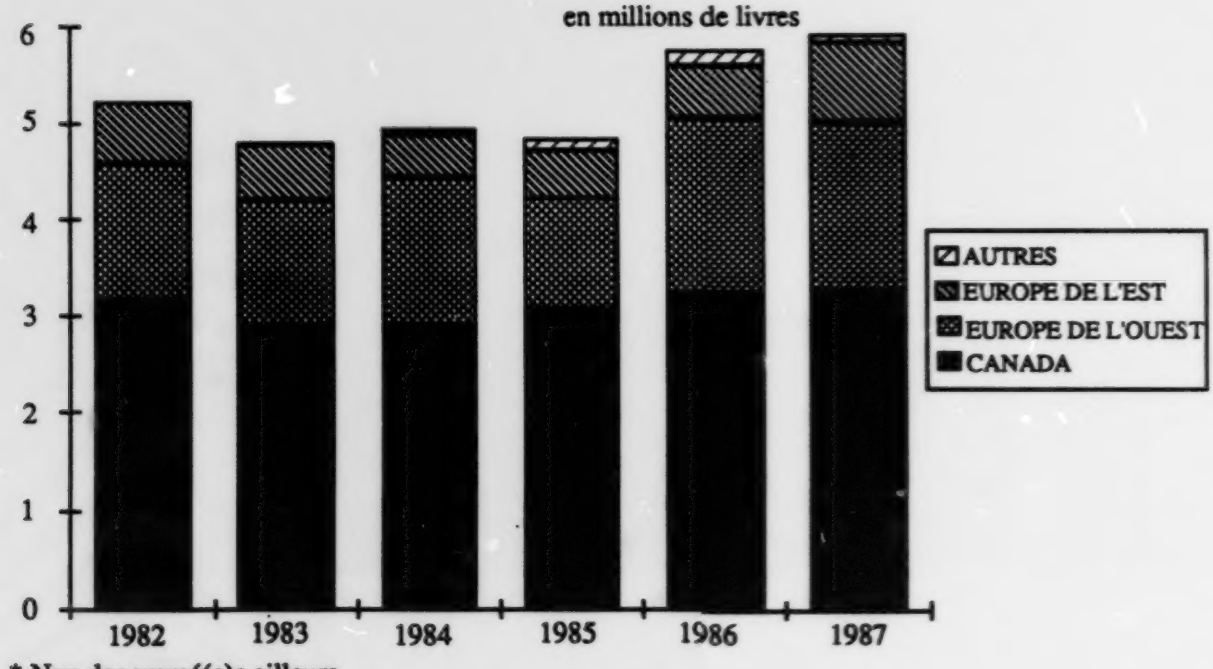
PORC, N.D.A.*, PRÉPARÉ OU EN CONSERVE, NON DÉSOSSÉ, CUIT OU DANS DES CONTENANTS HERMÉTIQUES

ANNEXE A 130060



SAUCISSES DE PORC

ANNEXE A 142025

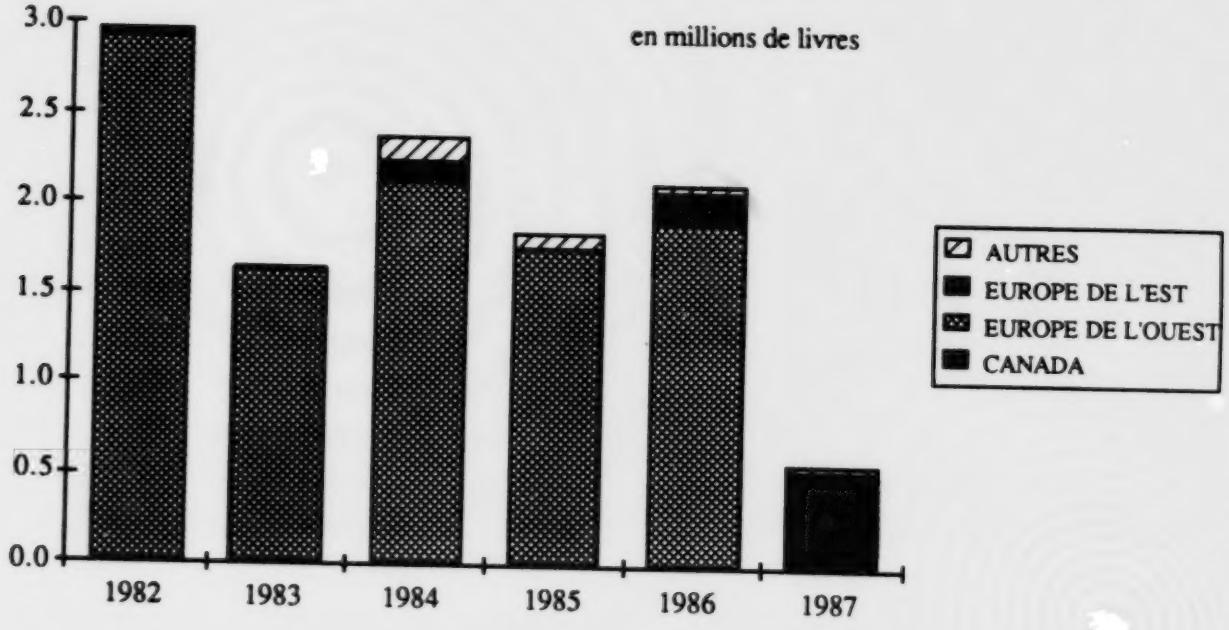


* Non denommé(e)s ailleurs

IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINES VIANDES DE PORC ET VIANDES TRANSFORMÉES (suite)

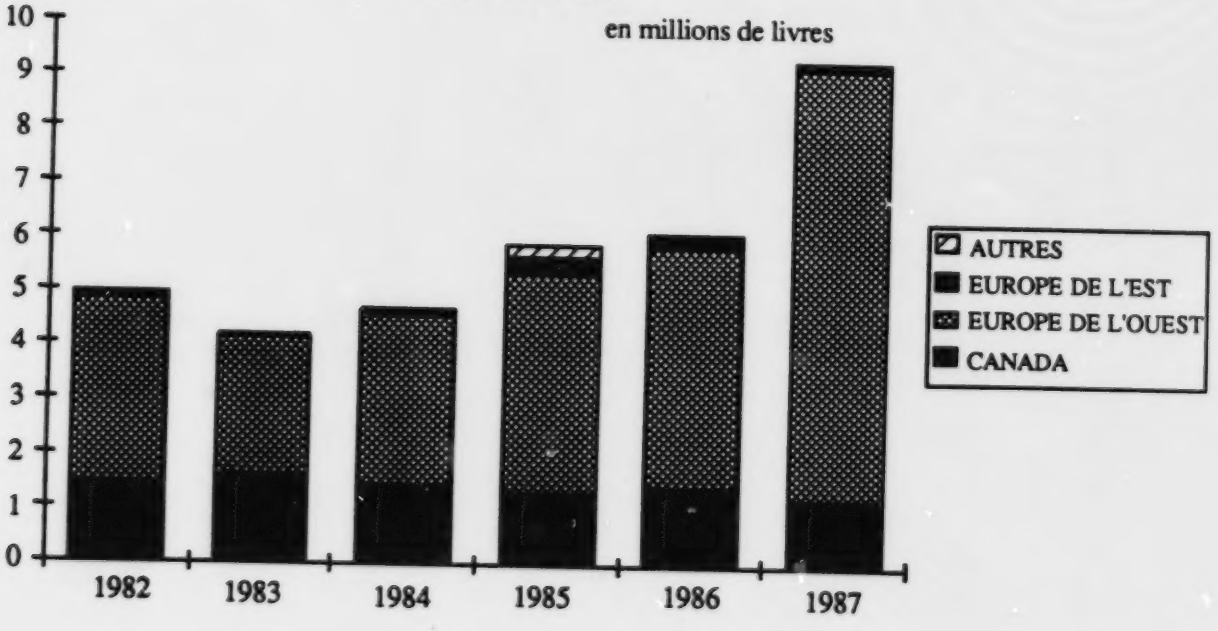
SAUCISSES DE BOEUF

ANNEXE A 142045



SAUCISSES, SAUF DE BOEUF ET DE PORC

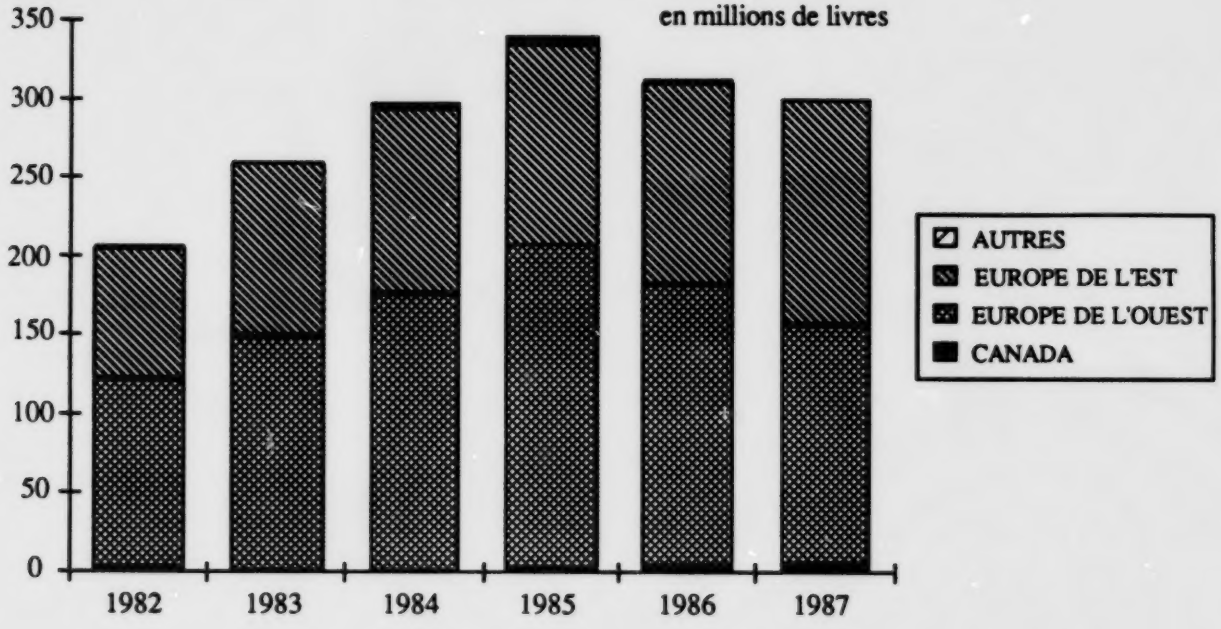
ANNEXE A 142060



IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINES VIANDES DE PORC ET VIANDES TRANSFORMÉES (suite)

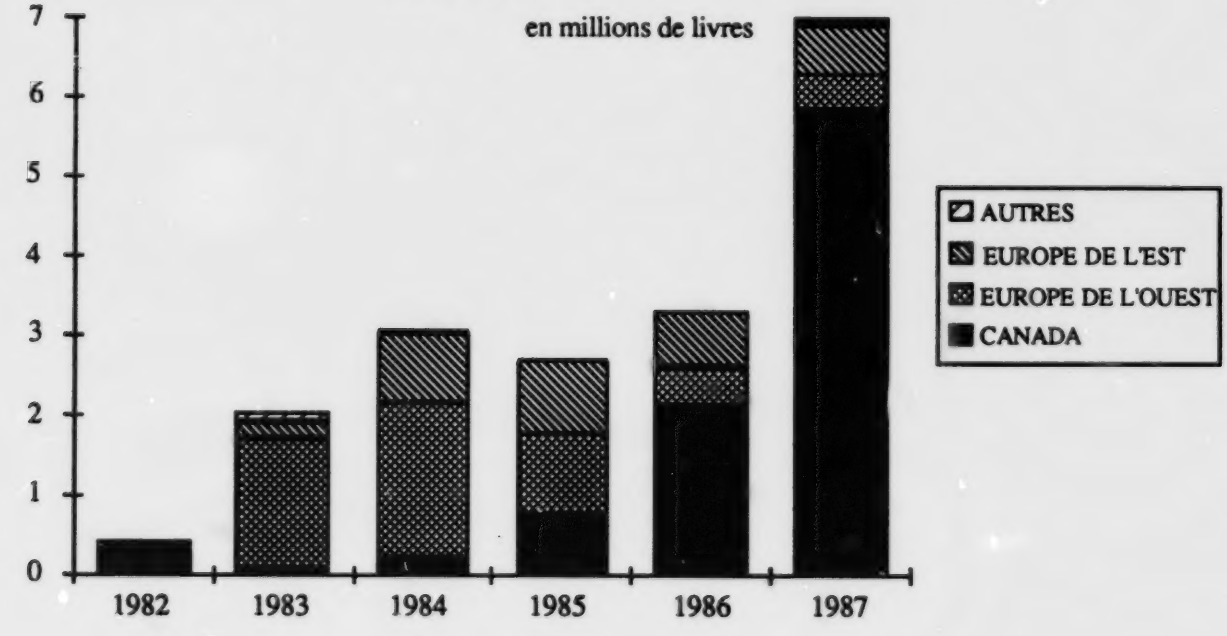
JAMBONS ET ÉPAULES DE PORC, PRÉPARÉS OU EN CONSERVE, DÉSOSSÉS, CUITS ET DANS DES CONTENANTS HERMÉTIQUES

ANNEXE A 148020



BACON, DÉSOSSÉ, CUIT ET DANS DES CONTENANTS HERMÉTIQUES

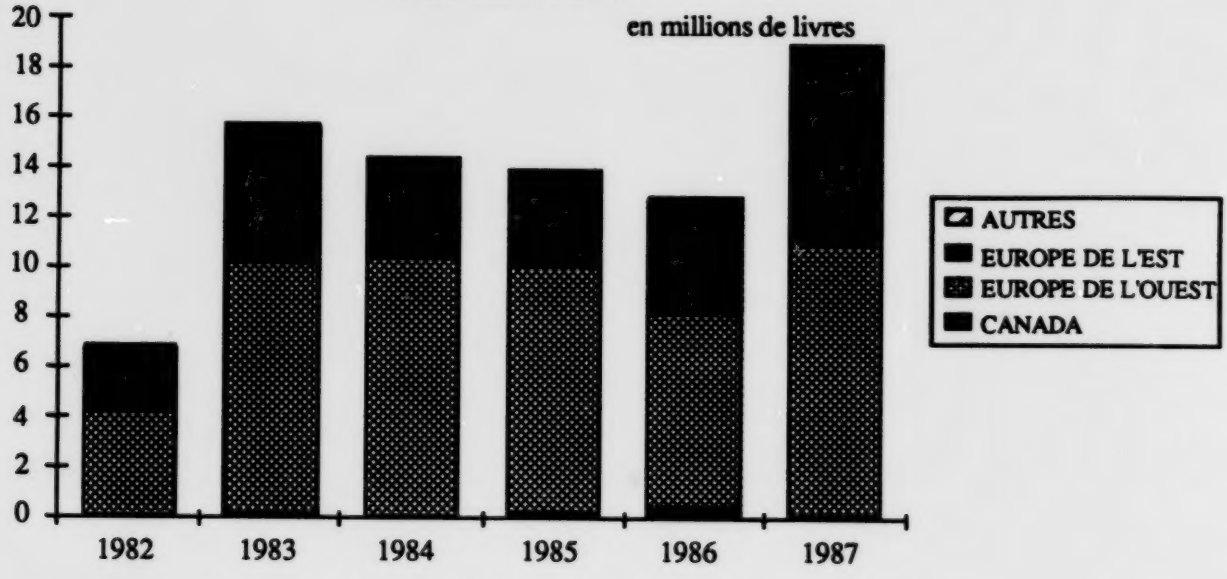
ANNEXE A 148030



IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINES VIANDES DE PORC ET VIANDES TRANSFORMÉES (suite)

PORC, N.D.A., PRÉPARÉ OU EN CONSERVE, DÉSOSSÉ, CUIT ET DANS DES CONTENANTS HERMÉTIQUES

ANNEXE A 148040



ANNEXE 8

MARCHÉS NORD-AMÉRICAINS DES PORCS VIVANTS ET DE LA VIANDE DE PORC

MARCHÉS NORD-AMÉRICAINS DES PORCS VIVANTS ET DE LA VIANDE DE PORC

Il n'est pas possible, dans le cadre de ce court document, de traiter de tous les aspects complexes du sujet; cependant, il est important de noter les brefs commentaires suivants :

Un des facteurs ayant une portée importante sur le commerce du porc et de la viande transformée entre le Canada et les États-Unis est le prix des coupes individuelles de porc à partir desquelles le produit est fabriqué. Depuis de nombreuses années, le marché du porc au Canada et aux États-Unis, lequel influe directement sur le prix demandé au transformateur des coupes de porc frais, évolue dans le contexte d'un marché <<nord-américain>> des porcs vivants. Cela signifie que les prix des porcs sur le marché, des principaux centres des deux pays ont eu tendance à être égaux, si l'on prend en considération la valeur relative des dollars américain et canadien, le tarif-marchandise pour acheminer les porcs vivants d'un point à l'autre et, le cas échéant, les droits de douane.

De même, la valeur des diverses coupes de porc a eu tendance à être identique (en prenant à nouveau en considération la valeur des devises canadienne et américaine, le tarif-marchandise et les droits de douane). Il est toutefois possible que cette situation soit modifiée par la demande en coupes de porc particulières destinées à des marchés précis. Par exemple, la forte demande des Japonais en dos desossés et leur préférence pour les produits du marché canadien ont, à certains moments, eu des effets sur l'écart de prix entre les coupes de porc du Canada et celles des États-Unis.

Cependant, malgré ces variations des prix au chapitre des diverses coupes de porc, les transformateurs canadiens peuvent, de façon générale, vendre leurs produits finis aux États-Unis, en particulier si l'on peut mettre l'accent tant sur la qualité que sur le maintien de l'approvisionnement. Il est possible d'y arriver si le transformateur souhaite prendre en considération le marché d'exportation comme prolongement de son marché intérieur et non simplement comme une opportunité.

ANNEXE 9

LIGNES DIRECTRICES DE MISE EN MARCHÉ DESTINÉS AUX NOUVEAUX EXPORTATEURS

LIGNES DE MISE EN MARCHÉ DESTINÉES AUX NOUVEAUX EXPORTATEURS

En raison du caractère complexe du marché des viandes transformées et, dans des nombreux cas, de sa fragmentation non seulement par régions, mais également par populations ethniques, les lignes directrices de mise en marché suivantes (fondées sur l'expérience d'exportateurs de longue date) sont fournies pour venir en aide aux nouveaux exportateurs canadiens.

- Se concentrer sur une région précise à la fois pour la mise en marché

- Si possible, choisir une région relativement rapprochée de vos activités.

- Choisir une région où les produits que vous devez exporter sont susceptibles d'être acceptés ou une région où l'on retrouve la population ethnique qui connaît ou reçoit bien le produit.

- Visiter la région, contacter les distributeurs ou les courtiers qui connaissent bien le commerce et qui disposent des contacts nécessaires dans les magasins. (Il est possible d'obtenir des noms par l'entremise de l'agent commercial du gouvernement canadien de cette région).

- Les distributeurs devraient disposer d'entrepôts convenant pour les produits périssables.

- Disposer de brochures, lorsque cela est possible.

- Établir des horaires d'expédition et de livraison précis en s'assurant que le transporteur choisi puisse les respecter.

- Maintenir un contact étroit avec la région en effectuant des visites régulières tant au distributeur ou au courtier qu'aux clients.

- Mettre l'accent sur la qualité et sur la continuité de l'approvisionnement.

- Si nécessaire, être prêt à modifier le produit pour qu'il réponde à des besoins précis d'empaquetage, de format, etc.

- Toujours considérer la région du marché d'exportation comme un prolongement de votre marché intérieur, et lui apporter la même attention et le même soutien.

ANNEXE 10

DROITS DE DOUANE DES ÉTATS-UNIS APPLICABLES AUX PRODUITS CARNÉS ET CALENDRIER D'ABOLITION EN VERTU DE L'ACCORD DE LIBRE ÉCHANGE

ÉLIMINATION DES DROITS DE DOUANE

1. Sauf stipulation contraire dans le présent accord, chaque Partie éliminera progressivement les droits de douane qu'elle applique aux produits originaires du territoire de l'autre Partie, conformément au calendrier suivant :

   A. Les droits sur les produits visés par chacun des numéros tarifaires désignés comme catégorie d'échelonnement A dans les listes respectives des Parties composant l'annexe 401.2 seront éliminés entièrement, et ces produits bénéficieront de la franchise à compter du 1er janvier 1989.

   B. Les droits sur les produits visés par chacun des numéros tarifaires désignés comme catégorie d'échelonnement B dans les listes respectives des Parties composant l'annexe 401.2 seront éliminés en cinq tranches annuelles égales commençant le 1er janvier 1989, et ces produits bénéficieront de la franchise à compter du 1er janvier 1993.

   C. Les droits sur les produits visés par chacun des numéros tarifaires désignés comme catégorie d'échelonnement C dans les listes respectives des Parties composant l'annexe 401.2 seront éliminés en dix tranches annuelles égales commençant le 1er janvier 1989, et ces produits bénéficieront de la franchise à compter du 1er janvier 1998.

2. Sauf stipulation contraire dans le présent accord, les produits originaires du territoire de l'autre Partie qui sont visés par chacun des numéros tarifaires désignés comme catégorie d'échelonnement dans les listes respectives des Parties composant l'annexe 401.2 continueront de bénéficier du régime existant d'admission en franchise indiqué dans ces listes.

NUMÉRO	DÉSIGNATION DES MARCHANDISES	TAUX DE BASE	CATÉGORIE D'ÉCHELONNEMENT
0203	Viandes des animaux de l'espèce porcine, fraîches, réfrigérées ou congelées :		
	Fraîches ou réfrigérées :		
0203.11.00	En carcasses et demi-carcasses	Franchise	D
0203.12	Jambons, épaules et leurs morceaux, non désossés :		
0203.12.10	Transformés	2,2 ¢/kg	B
0203.12.90	Autres	Franchise	D
0203.19	Autres :		
0203.19.20	Transformés	2,2 ¢/kg	B
0203.19.40	Autres	Franchise	D
	Congelées :		
0203.21.00	En carcasses et demi-carcasses	Franchise	D
0203.22	Jambons, épaules et leurs morceaux, non désossés :		
0203.22.10	Transformés	2,2 ¢/kg	B
0203.22.90	Autres	Franchise	D
0203.29	Autres :		
0203.29.20	Transformés	2,2 ¢/kg	B
0203.29.40	Autres	Franchise	D

SECTION IV

PRODUITS DES INDUSTRIES ALIMENTAIRES; BOISSONS, LIQUIDES ALCOOLIQUES ET VINAIGRES; TABACS ET SUCCÉDANÉS DE TABAC FABRIQUÉS

CHAPITRE 16

PRÉPARATIONS DE VIANDES, DE POISSONS OU DE CRUSTACÉS, DE MOLLUSQUES OU D'AUTRES INVERTÉBRÉS AQUATIQUES

1601.00	Saucisses, saucissons et produits similaires, de viande, d'abats ou de sang; préparations alimentaires à base de ces produits :		
1601.00.20	Porc	1,3 ¢/kg	A
	Autres :		
1601.00.40	Boeuf en boîtes hermétiquement closes	7,5 %	A
1601.00.60	Autres	5 %	A
1602	Préparations et conserves de viande, d'abats ou de sang :		
1602.10.00	Préparations homogénéisées	3 %	B
1602.20	De foie de tous animaux :		
1602.20.20	D'oies	7,7 ¢/kg	B
1602.20.40	Autres	5 %	B
	De volaille de la position 0105 :		
1602.31.00	De dindes	10 %	C
1602.39.00	Autres	10 %	C
	De porc :		
1602.41	Jambons et leurs morceaux :		
1602.41.10	Contenant des céréales ou des légumes	10 %	B
	Autres :		
1602.41.20	Désossés, cuits et emballés en boîtes hermétiquement closes	6,6 ¢/kg	B

LISTE DES ÉTATS-UNIS D'AMÉRIQUE

NUMÉRO	DÉSIGNATION DES MARCHANDISES	TAUX DE BASE	CATÉGORIE D'ÉCHELONNEMENT
1602.41.90	Autres	2,2 ¢/kg	B
1602.42	Épaules et leurs morceaux :		
1602.42.20	Désossés, cuits et emballés en boîtes hermétiquement closes	6,6 ¢/kg	B
1602.42.40	Autres	2,2 ¢/kg	B
1602.49	Autres, y compris les mélanges :		
1602.49.10	Abats	5 %	A
	Autres :		
	Ne contenant pas de céréales ni de légumes :		
1602.49.20	Désossés, cuits et emballés en boîtes hermétiquement closes	6,6 ¢/kg	A
1602.49.40	Autres	2,2 ¢/kg	B
	Autres :		
1602.49.60	Mélanges de porc et de boeuf	5 %	A
1602.49.90	Autres	10 %	C
1602.50	De bovins :		
1602.50.05	Abats	5 %	A
	Autres :		
	Ne contenant pas de céréales ni de légumes :		
1602.50.09	Salés ou marinés	10 %	A
	Autres :		
	En boîtes hermétiquement closes :		
1602.50.10	Boeuf salé	3 %	A
1602.50.20	Autres	3 %	A
1602.50.60	Autres	4 %	A
1602.50.90	Autres	10 %	C
1602.90	Autres, y compris les préparations de sang de tous animaux :		
1602.90.10	Chair de grenouille	6 %	C
1602.90.90	Autres	10 %	C

ANNEXE 11

EXPORTATIONS ET IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINS PRODUITS CARNÉS DE 1982 À 1987

TABLEAU 1

EXPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINS PRODUITS CARNÉS EN MILLIONS DE DOLLARS US

Produit	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Boeuf	351,8	370,6	451,1	453,9	593,4	728,5
Porc frais et congelé	161,9	161,4	97,0	61,7	71,4	114,8
Abats comestibles	306,4	260,6	271,7	298,4	326,4	336,2
Total partiel	820,1	792,6	819,8	814,0	991,2	1 179,5
Suif non comestible	572,3	524,7	617,3	538,1	354,0	363,5
Peaux	694,3	728,4	1 066,6	991,9	1195,5	1 306,2
Total partiel	1 266,6	1 253,1	1 683,9	1 530,0	1 549,5	1 669,7
Total	2 086,7	2 045,7	2 503,7	2 344,0	2 540,7	2 849,2

Source : AMI Meatfacts, tiré des statistiques de l'USDOC

TABLEAU 2

EXPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINS PRODUITS CARNÉS EN MILLIONS DE DOLLARS US

Produit	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Boeuf	1 190,4	1 094,4	943,5	996,8	1 038,9	1 254,1
Boeuf en conserve	90,7	136,2	124,5	136,1	68,0	99,2
*Porc frais et congelé	239,5	196,7	335,5	392,9	485,3	587,4
Jambons et épaules de porc en conserve	341,6	380,9	388,0	432,3	460,1	457,6
Total	1 862,2	1 808,2	1 791,5	1 958,1	2 052,3	2 398,3
* De ce nombre, du Canada	230,8	193,9	248,2	278,0	364,2	428,2
en %	96,4%	98,6%	74,0%	70,8%	75,0%	72,9%

Source : AMI Meatfacts, tiré des statistiques de l'USDOC

ANNEXE 12

CERTAINS PRODUITS CARNÉS TRANSFORMÉS CONFORMÉMENT AUX NORMES D'INSPECTION FÉDÉRALES

CERTAINS PRODUITS CARNÉS TRANSFORMÉS CONFORMÉMENT AUX NORMES D'INSPECTION FÉDÉRALES
(en milliers de livres)

	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Fumé, séché ou cuit :							
Jambons	1 855 995	1 658 871	1 833 760	1 758 756	1 621 491	1 700 503	1 735 048
Porc, autre	457 936	428 512	461 505	483 953	474 128	438 852	445 338
Bacon	1 703 812	1 517 204	1 642 733	1 704 175	1 538 982	1 533 016	1 533 985
Total du porc transformé	4 017 743	3 604 587	3 937 998	3 946 884	3 634 601	3 672 371	3 714 371
Saucisses et saucissons :							
Boeuf, frais	15 190	13 879	17 954	11 210	14 633	19 947	20 488
Porc, frais	818 984	848 534	859 392	878 267	812 420	880 795	844 739
Autre, frais	256 826	236 513	241 387	255 616	269 717	74 071	65 956
Non cuits, salés	13 022	21 211	21 749	23 032	34 775	27 864	25 392
Sec et demi-sec	344 143	355 730	332 899	350 091	372 567	412 094	448 853
Fumés	1 418 631	1 390 606	1 395 661	1 405 258	1 301 055	1 353 013	1 524 683
Bologne	761 101	729 293	679 173	688 220	610 212	600 105	609 203
Saucisse de foie	118 324	108 004	100 038	92 685	99 113	85 465	93 478
Autres pains de viande	1 076 115	1 088 162	1 078 624	1 097 046	1 024 081	1 399 916	1 146 682
Autres produits	214 045	236 059	254 396	263 646	264 051	317 368	297 252
Total des saucisses et saucissons	5 036 381	5 027 991	4 981 273	5 065 071	4 802 624	5 170 638	5 076 726
Produits et jambons en conserve :							
Moins de trois livres	14 533	11 850	14 315	16 382	12 930	20 506	14 658
De 3 à 6 livres	142 173	117 537	124 978	103 429	87 125	51 334	58 320
Plus de 6 livres	90 138	64 616	51 053	35 377	26 572	23 238	32 309
Total des jambons en conserve	246 844	194 003	190 348	155 186	126 627	95 078	105 287
Hachis de jambon en conserve	259 798	221 559	205 722	182 885	160 331	163 355	149 364
Épaules picnics et longes de porc	15 132	8 016	22 315	16 996	7 642	1 863	4 011
Saucisses de Vienne	96 736	84 952	90 792	86 763	73 045	89 492	111 506
Saucisses fumées	1 420	1 752	955	828	1 716	1 653	1 952
Divers produits de saucisse	27 045	21 922	21 115	20 936	16 348	11 304	16 170
Jambon grillé	12 291	10 802	9 746	8 142	8 718	8 097	9 310
Produits en pot et tartinades	38 291	33 576	32 864	34 790	25 898	30 085	32 139
Total des divers produits en conserve	190 915	161 020	177 787	178 455	133 367	142 494	175 088
Total des produits choisis de la liste ci-dessus	9 751 681	9 209 160	9 493 128	9 528 481	8 857 550	9 243 936	9 220 836

Source : Meatfacts, American Meat Institute (du Département américain de l'Agriculture)

ANNEXE 13

CERTAINS PRODUITS CANADIENS EXPORTÉS VERS LES ÉTATS-UNIS

CERTAINS PRODUITS CANADIENS EXPORTÉS VERS LES ÉTATS-UNIS

NCCI	PRODUIT	1984		1985		1986		1987	
		Tonnes	$000 C	Tonnes	$000 C	Tonnes	$000 C	Tonnes	$000 C
11-22	Flancs de porc	20 605	45 003	22 554	52 381	22 189	59 504	23 881	62 673
11-24	Jambons	50 378	113 170	53 857	115 997	65 340	168 818	66 338	168 645
11-28	Côtes levées de porc	1 902	5 759	5 122	14 959	7 003	24 509	7 323	26 648
11-29	Porc, n.d.a.*	65 959	142 030	82 471	180 615	85 210	230 153	101 751	275 941
	Total du porc frais	138 844	305 962	164 004	363 952	179 742	482 984	199 293	533 907
	% d'augmentation par rapport à l'année précédente			18.10	19,00	9,60	32,70	10,90	10,50
13-23	Bacon salé	858	3 162	1 074	4 041	2 114	9 043	4 823	19 554
13-24	Jambons salés	407	2 760	976	4 265	1 008	5 516	1 642	9 005
12-29	Porc salé, n.d.a.	291	779	1 428	4 077	1 845	5 510	2 599	7 674
15-09	Saucisses fraîches	79,6	326	112,4	347	87,3	327	133,8	678
15-18	Saucisses salées	1 793	9 379	1 804	9 721	1 673	9 303	1 720	9 452
15-24	Jambons bouillis	336,6	1 078	596,8	2 626	1 624,4	8 039	1 301,4	5 872
15-99	Viande cuite non en conserve	311,2	2 041	437,7	3 131	764,7	5 014	653	4 151
17-24	Jambons en conserve	33,1	147	8,3	27	–	–	3,5	5
17-29	Porc en conserve, n.d.a.	18,7	34	8,7	32	–	–	1,9	13
17-99	Viande et viande préparée, en conserve, n.d.a.	808,1	3 526	942,9	5 290	521	3 692	486,7	4 255
	Total de la viande transformée	4 936,3	23 232	7 388,8	33 557	9 637,4	46 444	13 364,3	60 659
	% d'augmentation par rapport à l'année précédente			49,7	44,4	30,4	38,4	38,7	30,6

Source : Exportations par marchandise et par pays, No 65-004 au catalogue de Statistique Canada

* Non dénommé(e)s ailleurs

ANNEXE 14

PAYS D'ORIGINE DES FOURNISSEURS ET DEGRÉ DE SATISFACTION DES RÉPONDANTS

PAYS D'ORIGINE DES FOURNISSEURS ET DEGRÉ DE SATISFACTION DES RÉPONDANTS

PAYS	DEGRÉ DE SATISFACTION 1	2	3	4	5	NOMBRE DE RÉPONDANTS	MOYENNE
Australie					3	3	5,00
Canada				1	10	11	4,91
Tchéchoslovaquie					1	1	5,00
Danemark		2	2	5	11	20	4,25
Hongrie			1			1	3,00
Pays-Bas				2	1	3	4,33
Nouvelle-Zélande					2	2	5,00
Pologne			2	2	2	6	4,00
Roumanie			1			1	3,00
Suède				1	5	6	4,83
Yougoslavie			4	1	4	9	4,00
TOTAL	0	2	10	12	39	63	

degré de satisfaction :

1 = faible
2 = assez faible
3 = neutre
4 = assez élevé
5 = élevé

ANNEXE 15

PUBLICATIONS ET FOIRES COMMERCIALES DE L'INDUSTRIE AMÉRICAINE

PRINCIPALES FOIRES COMMERCIALES DE L'INDUSTRIE DU PORC

FOIRE	LIEU	DATES	CONTACT
American Convention of Meat Processors	Opryland Hotel Nashville, Tennesee	27-30 juillet 1990	M. Stephen Krut (717) 367-1168
National Barrow Show	Austin, Minnesota	11-13 sept. 1990	M. Gerry Adwell (507) 437-5306
National Association of Animal Breeders (NAAB)	Green Bay, Wisconsin	14-16 août 1990	M. William Durfey (314) 445-4406
Keystone International Livestock Exposition	Harrisburg, Pennsylvania	5-9 oct. 1989	M. Charles A. Itle (717) 787-2905
World Pork Expo	P.O. Box 16383 Des Moines Iowa 50306	2-5 juin 1990	M. Ernie Barnes (515) 223-2600
American Meat Institute Convention and Exposition	McCormick Place Chicago, Illinois	21-24 sept. 1989	Mme Barbara O'Dell (703) 841-2400
International Exposition for Food Processors	McCormick Place Chicago, Illinois	10-13 mars 1990	Mme Nancy Janssen (703) 684-1080

PUBLICATIONS

Meat and Poultry. P.O. Box 2129, Martinez, CA 94553
Contact : M. Steve Bjerklie, Éditeur, (415) 372-6002

National Provisioner. 15 W. Huron, Chicago, IL 60610
Contact : Mme Betty Steven, Éditeur, (312) 944-3380

Feed Stuffs. P.O. Box 2400, Minnetonka, MN 55343
Contact : M. John Scheid, (612) 931-0211

PORK 88. P.O. Box 2939, Shawnee Mission, KA 66201
Contact : M. Bill Newham, Éditeur, (913) 451-2200

ANNEXE 16

SERVICES COMMERCIAUX DU GOUVERNEMENT CANADIEN AU CANADA ET AUX ÉTATS-UNIS

SERVICES COMMERCIAUX DU GOUVERNEMENT CANADIEN AU CANADA

Agent des marchés américains pour ce secteur
Ministère des Affaires extérieures (UTD)
125, chemin Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : 613-993-7343/613-993-5911
Télex : 0533745
Télécopieur : 613-996-9103

Colombie-Britannique
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
P.O. Box 11610
900-650 West Georgia Street
Scotia Tower
Vancouver, B.C.
V6B 5H8
Téléphone : 604-666-0434
Télex : 0451191
Télécopieur : 604-666-8330

Saskatchewan
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
6th Floor
105 - 21st Street East
Saskatoon, Saskatchewan
S7K 0B3
Téléphone : 306-975-4353
Télex : 0742742
Télécopieur : 306-975-5334

Manitoba
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Suite 608
330 Portage Avenue
Winnipeg, Manitoba
R3C 2V2
Téléphone : 204-983-2097
Télex : 0757624
Télécopieur : 204-983-2187

Alberta
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
The Counterpoint Building
Suite 505
10179 - 105th Street
Edmonton, Alberta
T5J 3S3
Téléphone : 403-420-2944
Télex : 0372762
Télécopieur : 403-420-4507

Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Harry Hays Building
Suite 630
220 - 4th Avenue S.E.
Calgary, Alberta
T2P 3C3
Téléphone : 403-292-4575
Télécopieur : 403-292-4578

Ontario
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
4th Floor
Dominion Public Building
1 Front Street West
Toronto, Ontario
M5J 1A4
Téléphone : 416-973-5000
Télex : 06524378
Télécopieur : 416-973-8714

Québec
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Tour de la Bourse
800, place Victoria
Pièce 3800, C.P. 247
Montréal (Québec)
H4Z 1E8
Téléphone : 514-283-6796
Télex : 05560768
Télécopieur : 514-283-3302

Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
112, rue Dalhousie
Québec (Québec)
G1K 4C1
Téléphone : 418-648-2506
Télécopieur : 418-648-7291

Île-du-Prince-Édouard
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Confederation Court Mall
134 Kent Street, Suite 400
P.O. Box 1115
Charlottetown, P.E.I.
C1A 7M8
Téléphone : 902-566-7400
Télex : 01444129
Télécopieur : 902-566-7450

Territoires du Nord-Ouest
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
10th Floor
Precambrian Building
P.O. Bag 6100
Yellowknife, Northwest Territories
X1A 1C0
Téléphone : 403-920-8575
Télécopieur : 403-873-6228

Nouveau-Brunswick
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Édifice l'Assomption
770, rue Main
C.P. 1210
Moncton (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Téléphone : 506-857-6452
Télex : 0142200
Télécopieur : 506-857-6429

Nouvelle-Écosse
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
Halifax, Nova Scotia
B3J 2V9
Téléphone : 902-426-7540
Télex: 01922525
Télécopieur : 902-426-2624

Terre-Neuve
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
St. John's, Newfoundland
A1B 3R9
Téléphone : 709-772-5511
Télex : 0164749
Télécopieur : 709-772-5093

Yukon
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Suite 301
108 Lambert St.
Whitehorse, Yukon
Y1A 1Z2
Téléphone : 403-668-4655
Télécopieur : 403-668-5003

DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU GOUVERNEMENT DU CANADA AUX ÉTATS-UNIS

Ambassade du Canada à Washington
La Section de développement du commerce et des marchés
501 Pennsylvania Avenue N.W.
Washington, D.C. 20001
Téléphone : 202-682-1740
Télécopieur : 202-682-7726
Télex : 0089664 (DOMCAN A WASH)
Territoire : Washington (D.C.), Maryland, Delaware, région est de la Pennsylvanie (y compris Philadelphie), Virginie

Atlanta
Consulat général du Canada
400 South Tower
One CNN Center
Atlanta, Georgia 30303-2705
Téléphone : 404-577-6810
Télécopieur : 404-524-5046
Télex : 0542676 (DOMCAN ATL)
Territoire : Alabama, Floride, Géorgie, Mississippi, Caroline du Nord, Caroline du Sud, Tennessee, Puerto Rico, Îles-Vierges (Américaines)

Boston
Consulat général du Canada
Three Copley Place, Suite 400
Boston, Massachusetts 02116
Téléphone : 617-262-3760
Télécopieur : 617-262-3415
Télex : 940625 (DOMCAN BSN)
Territoire : Maine, Massachussetts, New Hampshire, Rhode Island, Vermont ainsi que : Saint-Pierre-et-Miquelon

Buffalo
Consulat du Canada
One Marine Midland Center
Suite 3550
Buffalo, New York 14203-2884
Téléphone : 716-852-1247
Télécopieur : 716-852-1247
Télex : 0091329 (DOMCAN BUF)
Territoire : État de New York -- l'Ouest, le Centre et le Nord

Chicago
Consulat général du Canada
310 South Michigan Avenue, 12th Floor
Chicago, Illinois 60604-4295
Téléphone : 312-427-1031
Télécopieur : 312-922-0637
Télex : 00254171 (DOMCAN CGO)
Territoire : Illinois, Missouri, Wisconsin, région Quad-City de L'Iowa

Cleveland
Consulat du Canada
Illuminating Building, Suite 1008
55 Public Square
Cleveland, Ohio 44113-1983
Câble : CANADIAN CLEVELAND
Téléphone : 216-771-0150
Télécopieur : 216-771-1688
Télex : 00985364 (DOMCAN CLV)
Territoire : Kentucky, Ohio, Virginie occidentale, région ouest de la Pennsylvanie

Dallas
Consulat général du Canada
St. Paul Place, Suite 1700
750 N. St. Paul Street
Dallas, Texas 75201-9990
Câble : CANADIAN DALLAS
Téléphone : 214-922-9806
Télécopieur : 214-922-9811
Télex : 00732637 (DOMCAN DAL)
Territoire : Texas, Arkansas, Kansas, Louisiane, Nouveau-Mexique, Oklahoma

Détroit
Consulat général du Canada
600 Renaissance Centre
Suite 1100
Detroit, Michigan 48243-1704
Câble : CANADIAN DETROIT
Téléphone : 313-567-2340
Télécopieur : 313-567-2164
Télex : 230715 (DOMCAN DET)
Territoire : ville de Toledo
États : Michigan, Indiana

Los Angeles
Consulat général du Canada
300 South Grand Avenue, 10th Floor
California Plaza
Los Angeles, California 90071
Téléphone : 213-687-7432
Télécopieur : 213-520-8827
Télex : 00674119 (DOMCAN LSA)
Territoire : Arizona, Californie, comté de Clark au Nevada

Minneapolis
Consulat général du Canada
701 Fourth Avenue South
Minneapolis, Minnesota 55415-1078
Téléphone : 612-333-4641
Télécopieur : 612-332-4061
Télex : 290229 DOMCAN MPS)
Territoire : Iowa, Nebraska, Minnesota, Dakota du Nord, Dakota du Sud, Montana

New York
Consulat général du Canada
1251 Avenue of the Americas
New York, N.Y. 10020-1175
Câble : CANTRACOM NEW YORK CITY
Téléphone : 212-768-2400
Télécopieur : 212-768-2441
Télex : 62014481 (DOMCAN NYK)
Territoire : Connecticut, New Jersey, région sud de l'État de New York, ainsi que : Bermudes

San Francisco
Consulat général du Canada
50 Fremont St. Suite 2100
San Francisco, California 94105
Téléphone : 415-495-6021
Télécopieur : 415-541-7708
Télex : 34321 (DOMCAN SFO)
62014485 (Easylink)
Territoire : Californie (sauf les 10 comtés méridionaux), Colorado, Hawaii, Nevada (sauf le comté de Clark), Utah, Wyoming

Seattle
Consulat général du Canada
412 Plaza 600, Sixth and Stewart
Seattle, Washington 98101-1286
Téléphone : 206-443-1777
Télécopieur : 206-443-1782
Télex : 0328762 (DOMCAN SEA)
Territoire : Alaska, Idaho, Oregon Washington